



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
PROGRAMA DE POSGRADO EN DERECHO
MAESTRÍA EN DERECHO

SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: DEFICIENCIAS EN LA DIFUSIÓN DE LAS DECLARATORIAS DE MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS Y FAMOSAS A PARTIR DE 2008

TESIS QUE PARA OPTAR POR EL GRADO DE
MAESTRA EN DERECHO

PRESENTA:
MARÍA TERESA BAZÁN ZAMUDIO

TUTOR:
DR. MIGUEL ÁNGEL ORTÍZ BAHENA
PROGRAMA DE POSGRADO EN DERECHO

CIUDAD UNIVERSITARIA, CD. MX., DICIEMBRE, 2022



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.

SISTEMA DE INFORMACIÓN DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL: DEFICIENCIAS EN LA DIFUSIÓN DE LAS DECLARATORIAS DE MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS Y FAMOSAS A PARTIR DE 2008

INDICE

Acrónimos y Abreviaturas	3
INTRODUCCIÓN	5
CAPÍTULO PRIMERO: EL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN (DAI).....	11
1.1 Antecedentes.....	11
1.2 Conceptos	19
1.3 El derecho de acceso a la información en México. Fundamentos legales	22
1.4 Los límites al derecho a la información	24
CAPÍTULO SEGUNDO: EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.....	29
2.1 Antecedentes.....	29
2.2 Objetivo	30
2.3 Marco jurídico y Estatuto	32
2.4 Atribuciones.....	34
2.5 El IMPI como difusor de la información en materia de propiedad industrial.....	41
CAPÍTULO TERCERO: LA GACETA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.....	43
3.1 Antecedentes.....	43
3.2 Objetivo	54
3.3 La Gaceta de la Propiedad Industrial.....	55
CAPÍTULO CUARTO: EL SISTEMA DE GACETAS DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (SIGA)	63
4.1 Concepto	63
4.2 Objetivo	64
4.3 Búsqueda por ejemplares	65

4.4 Búsqueda simple	68
4.5 Búsqueda especializada	70
4.6 Búsqueda por sección	73
CAPÍTULO QUINTO: LAS MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS Y FAMOSAS	77
5.1 La marca notoriamente conocida. Concepto	80
5.2 La marca famosa. Concepto	84
5.3 Reformas a la Ley de la Propiedad Industrial de 2005 y 2018.....	88
5.4 Iniciativa 2019, Proyecto de Decreto de la Ley de la Propiedad Industrial.....	89
5.5 Las declaratorias de marcas notoriamente conocidas y famosas a la luz de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial	97
5.6 La difusión de las declaratorias de marcas notoriamente conocidas y famosas	99
CAPÍTULO SEXTO: CATÁLOGO DE MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS Y FAMOSAS A PARTIR DE 2008.....	101
6.1 Objetivo	101
6.2 Catálogo.....	103
6.3 Análisis de la información	155
PROPUESTA	166
CONCLUSIONES	168
BIBLIOGRAFÍA.....	171

Acrónimos y Abreviaturas

ADPIC	Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio
BM	Banco Mundial
CC	Código de Comercio
CEDH	Corte Europea de Derechos Humanos
CIDH	Comisión Interamericana de Derechos Humanos
CIPS	Clasificación Internacional de Productos y Servicios
COIDH	Corte Interamericana de Derechos Humanos
CPEUM	Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
DAI	Derecho de Acceso a la Información
DAIP	Derecho de Acceso a la Información Pública
DGDT	Dirección General de Desarrollo Tecnológico
DOF	Diario Oficial de la Federación
DT	Digital Transformation
EE. UU.	Estados Unidos de América
EUIPO	European Union Intellectual Property Office
FMI	Fondo Monetario Internacional
FOIA	Freedom of Information Act
GPI	Gaceta de la Propiedad Industrial
GPPI	Gaceta de Protección a la Propiedad Intelectual
IFAI	Instituto de Transparencia y Acceso a la Información
IIJ	Instituto de Investigaciones Jurídicas
IMPI	Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial
INAI	Instituto Nacional de Acceso a la Información
INFOEM	Instituto de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Estado de México y Municipios
IoT	Internet of things / Internet de las cosas
LFOPPI	Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial
LFPA	Ley Federal de Procedimiento Administrativo
LFPI	Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial
LFTAIP	Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública

LFTAIPG	Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental
LGTAIP	Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública
LIM	Ley de Invenciones y Marcas
LPI	Ley de la Propiedad Industrial
MERCOSUR	Mercado Común del Sur
OCDE	Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
OEA	Organización de los Estados Americanos
OGP	Open Government Partnership
OHCHR	Office of the United Nations High Commissioner for Human Right
OMC	Organización Mundial de Comercio
OMPI	Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
ONU	Organización de las Naciones Unidas
PDF	Portable Document Format
PIP	Programa de Innovación Protegida
PRODEIN	Programa de Desarrollo Innovador
SE	Secretaría de Economía
SECOFI	Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
SIGA	Sistema de Información de la Gaceta de la Propiedad Industrial
T-MEC	Tratado Comercial entre México, Estados Unidos y Canadá
TESS	Trademark Electronic Search System
TLCAN	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
USA	United Sates of America
USPTO	United Sates Patent and Trademark Office
ViDoc	Visor de Documentos de Propiedad Industrial
WIPO	World Intellectual Property Organization

INTRODUCCIÓN

El artículo 5o., fracciones XV y XVI de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial faculta al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial a publicar y a difundir a través de su Gaceta, todos los actos a los que se refiere la propia ley y la información derivada de las patentes, registros, publicaciones, declaratorias, autorizaciones y cualquier otra relacionada con las leyes cuya aplicación le corresponde.

Por esta razón el IMPI, cumpliendo con los requisitos que marca la norma, difunde a través de su portal oficial en internet la Gaceta de la Propiedad Industrial, publicación que es posible descargar electrónicamente y que expone información sobre conservación de derechos, denominaciones de origen, licencias, patentes, marcas, avisos y nombres comerciales, solicitudes, modelos de utilidad, diseños industriales, transmisiones, notificaciones, oficios referentes a signos distintivos y oposiciones.

Para organizar, publicar y consultar tan vasta información, el IMPI cuenta con una base de datos pública en internet en la que están integradas todas las gacetas que el Instituto ha publicado desde 1873 a la fecha. Esta plataforma virtual es conocida como SIGA o Sistema de Información de la Gaceta de la Propiedad Industrial.

Al realizar una búsqueda en SIGA, es posible recuperar casi todo lo que genera el IMPI, a excepción de las declaratorias de marcas notoriamente conocidas y las declaratorias de marcas famosas. Este sistema informático no obstante sus diversas opciones de búsqueda, carece de las herramientas necesarias para recuperar la información relacionada específicamente con estas marcas.

Ante esta carencia, la consulta directa de cada una de las gacetas es una opción, sólo que el problema se agrava al enfrentarse a 25 subtítulos que de primera instancia no indican en sus encabezados o denominaciones qué tipo de información comprenden.

Esto hace necesario la conformación de un registro o catálogo de marcas notorias y famosas que permitiría:

- a) Conocer cuántas y cuáles declaratorias de marcas notorias y famosas se han emitido y recuperar la información con rapidez y precisión
- b) Contar con un panorama amplio para comparar las diversas declaratorias de fama y notoriedad
- c) Conocer a quiénes se les ha otorgado la declaratoria de marca famosa o notoria y por qué
- d) Conocer a quienes se les ha rechazado la solicitud de declaratoria de marca famosa o conocida y por qué, y
- e) Contar con un elemento que se convierta en un medio de ayuda y protección para el titular de este tipo de marcas

De este planteamiento surge el interés de elaborar la presente investigación, la cual parte de las siguientes preguntas iniciales:

- ¿Está el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial cumpliendo con la función de difundir la información sobre marcas notorias y famosas, acorde con la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial?
- ¿La legislación sobre propiedad industrial realmente promueve la divulgación de la información en la materia?
- ¿Es necesario un sistema de difusión de la información sobre la propiedad industrial más efectivo?
- ¿Qué tanto afectan las limitaciones en la base de datos SIGA a las marcas notorias y famosas?

Estas interrogantes sugieren la siguiente hipótesis:

El 100% de las declaratorias de marcas notorias y famosas que ha emitido el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, no pueden recuperarse a través de su base de datos SIGA.

Los temas centrales en este trabajo serán el derecho de acceso a la información, las repercusiones de la incorporación del capítulo relacionado con marcas notoriamente conocidas y famosas en la Ley de la Propiedad Industrial en 2005 y el trabajo bibliográfico que implica la compilación de las declaratorias de estas marcas al carecer de un registro sistemático.

Los tres temas anteriormente mencionados se complementan entre sí y serán desarrollados a lo largo de la investigación.

No obstante, el enfoque y peso que se dará al presente estudio se relaciona con el derecho de acceso a la información pública y el papel y compromiso del IMPI ante esta responsabilidad, especialmente en la última década, con el impacto de internet en México y la evolución y transformación tecnológica que se dio en diversos ámbitos de las empresas, particularmente en el 2020, año atípico y extraordinario en donde dicha conversión replanteó la vida y la concepción de ésta. Año de grandes desafíos, dificultades, aprendizajes y sobre todo grandes reajustes. El año 2020 nos impulsó con gran impacto, colocándonos frente a un gran avance de la transformación digital (DT). Expertos consideran que México en un abrir y cerrar de ojos se situó en un escenario en el que se visualizaba en tres o seis años, por lo que la *digital transformation* ya es un hecho.

Este empujón digital se dio dentro de una fase de globalización económica, social y cultural que algunos autores habían resuelto llamar “La Tercera Etapa”, cuya destacada particularidad era precisamente el rápido cambio tecnológico y el uso y abuso del internet.

Quizás sólo la amalgama de estas dos condiciones: sanitaria y económica, pudo sumergirnos en un proceso de aceleración digital tal, en donde no solo la tecnología ha cambiado, sino también nuestra mentalidad hacia ella. La forma de verla y la emergencia de explotarla y aprovecharla en su totalidad.

La expansión de internet a través de las redes de comunicación ha provocado un nuevo paradigma en la ciencia y la técnica al establecer una inédita infraestructura tecnológica de la sociedad red y un nuevo sistema de comunicación

e información. Nos hemos habilitado digitalmente en la implementación de soluciones como la tecnología móvil, la realidad virtual y aumentada, la inteligencia artificial, la protección de datos, la automatización, la ciberseguridad, la gestión de datos en la nube, el internet de las cosas (IoT), la robótica, el *big data*, etc., etc.

Además, se dice que el 95% de toda la información en el planeta ya está digitalizada y que en su mayoría se encuentra disponible en internet, por lo que sólo hay que aprovechar todo este potencial y la tecnología para hacer la información accesible. Si bien es cierto que la accesibilidad de la información es fundamental, también lo es la calidad y responsabilidad en los sistemas de información que ofrezcan como resultado información de altos estándares, oportuna, clara y precisa. Ése es el principal desafío.

Hablar de calidad de la información es hablar de toda una metodología, cosa que obliga a empresas privadas y gobiernos a reinventarse en estos momentos de transformación.

En México, la Estrategia Digital Nacional está fundamentada en explotar al máximo el uso de las tecnologías de la información y de la comunicación (TICs), para el buen funcionamiento del aparato público conformado por las dependencias, entidades o empresas gubernamentales, a fin de agilizar trámites, mejorar la calidad de los servicios y transparentar la función pública del Estado.

Desafortunadamente, el Gobierno digital aún no se ha consolidado en este territorio pues le falta, por un lado, mejorar la prestación de sus servicios y hacerlos más eficientes y accesibles, a fin de que sus ciudadanos puedan confiar en la tecnología que su gobierno les ofrece. Por otro lado, es necesario definir con precisión los criterios de selección de la información, de lo contrario se corre el riesgo de perderse en un mundo digital y omitir información verdaderamente relevante.

Es común creer que la digitalización resuelve todos los problemas de control de información, más aún con la transformación digital se tiene la falsa sensación de que estamos informados. No es verdad, hablar de una sociedad bien informada

en una era digital, es sólo una idea ficticia, pues aún existen grandes carencias y desaciertos en nuestro gobierno digital.

Sin duda, el acceso a la información en manos del Estado, que se encuentra previsto en el artículo 6o. Constitucional, es un derecho fundamental y debe ser una política pública porque esto fortalece a una Nación. La información debe ser accesible, de fácil identificación, sencilla, expedita, completa y confiable. No obstante, no siempre es así.

En este marco, la materia del presente trabajo es el caso del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), cuyo principal objetivo es lograr que quienes se dedican a actividades industriales, comerciales y de prestación de servicios en el país, conozcan y utilicen el sistema de propiedad industrial como un elemento de protección legal en la distinción y perfeccionamiento de sus bienes y servicios.

Para vislumbrar un panorama completo, es necesario tener muy claro el concepto de derecho a la información y sus limitantes, pues en base a este derecho es que se sostiene el presente trabajo.

También se requiere estructurar un marco apropiado para analizar los antecedentes y el papel que actualmente juega el IMPI como órgano público descentralizado y de difusión de la información sobre propiedad industrial a nivel nacional, a través de su Gaceta y la base de datos del Sistema de Información de la Gaceta de Propiedad Industrial (SIGA) y su nueva asistente de inteligencia artificial MARCia.

Es imprescindible evaluar los objetivos y atribuciones del IMPI en lo que a información y acceso a la información se refiere, así como su grado de efectividad, específicamente en lo que respecta a las marcas notorias y las marcas famosas, su difusión y el acceso a esta valiosa información. Desafortunadamente, la práctica nos obliga a plantear serias objeciones a la eficacia del IMPI en este cometido, si se considera que por una década se ha incumplido con esta responsabilidad y que una pieza de la solución pudiera resultar tan evidente como lo es el destinar una Gaceta exclusiva para las declaratorias de marcas notorias y famosas.

Si bien es incuestionable que la cantidad de información que contiene cada Gaceta de Propiedad Industrial que emite el IMPI es tal, que resulta imposible dominarla en su totalidad y ante tal exceso de información, es fácil que el usuario se pierda y confunda, también es evidente que para ello existen las bases de datos, para almacenar y organizar la información y facilitar su uso.

No obstante, diseñar una base de datos sólida y fiable no es algo sencillo, éstas también fallan teniendo como resultado información defectuosa y fragmentada, que es lo que el IMPI nos está exhibiendo.

Estas fisuras dificultan a los usuarios y especialmente a los titulares de las marcas el acceso a este tipo de información en las plataformas del Instituto, agravando y obstruyendo el derecho de información de los interesados.

Ante esta problemática, surge el interés de plasmar y reconocer la mayúscula labor que realiza el IMPI y su evolución acorde con los nuevos tiempos, lo que a su vez impone el compromiso de señalar deficiencias y omisiones, asistidas por una propuesta que pueda contribuir y mejorar su sistema automatizado y su labor de difusión, con la única pretensión de que información tan relevante de marcas reconocidas no sea excluida y sea asequible a todos los interesados de manera precisa y eficiente.

CAPÍTULO PRIMERO: EL DERECHO DE ACCESO A LA INFORMACIÓN (DAI)

1.1 Antecedentes

A lo largo de la historia, el hombre se ha visto en la necesidad de expresarse libremente a través de diversos medios y ha manifestado y proclamado su derecho no solo de decir lo que piensa, sino que a su vez se ha empeñado en conocer lo que otros hombres también manifiestan.

El buscar, recibir y difundir información e ideas libremente, ha sido un esfuerzo constante del ser humano, quien particularmente en 1766 hace público y por escrito, quizá el primer precepto del hombre de ser libre para expresar lo que piensa, pretensión que se refleja en la Real Ordenanza sueca sobre libertad de prensa, también conocida como la primera *Ley para la Libertad de Prensa y del Derecho de Acceso a Actas Públicas* en el mundo o *Tryckfrihetsförordningen*, impulsada por el político, escritor y sacerdote, Anders Chydenius, quien defendió la libertad, la igualdad y el respeto por los derechos humanos.

Admirador de la cultura oriental y específicamente de la filosofía humanista confuciana, Chydenius estudió cómo el Ministerio de Censura Imperial chino supervisaba con gran meticulosidad al gobierno y a sus funcionarios. Inspirado por esta civilización, Chydenius elabora la innovadora *Ley para la Libertad de Prensa* considerada hasta nuestros días, una declaración del derecho de acceso a la documentación oficial y una proclamación de rebeldía contra toda censura previa.

Una década después, el 12 de junio de 1776, los Estados Unidos (EE. UU.) pueden atribuirse el antecedente de la proclamación de los derechos naturales, la primera exposición de los derechos del hombre, o también calificada por muchos, la primera declaración de los derechos humanos de la Edad Moderna, la *Declaración de los Derechos del Buen Pueblo de Virginia*, hecha por representantes del pueblo, “reunidos en convención plena y libre, como derechos que pertenecen a ellos y a su posteridad como base y fundamento de su Gobierno”, y cuyo artículo

12 manifiesta que la libertad de prensa es uno de los grandes baluartes de la libertad, y que jamás puede restringirla un gobierno despótico ¹.

En 1789, como desenlace de la Revolución Francesa, es proclamada por la Asamblea Constituyente la *Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano*. Este documento en su artículo 11 hace referencia a uno de los más preciosos derechos del hombre, el de “la libre comunicación de las opiniones y de los pareceres”, que, para ultimar tan excelso privilegio, agrega en su artículo 15: “la sociedad tiene derecho para pedir cuenta de su administración a todos los empleados públicos.” ²

Más tarde en 1791, la Primera Enmienda a la Constitución de los E.E. U.U. proclama en su artículo 3o. la “libertad de expresión” que incluye la libertad de palabra y la libertad de prensa sin la interferencia del gobierno ³.

En 1888 surge el interés en el derecho a la información en América Latina con gran empeño por parte de Colombia con el *Código de Organización Política y Municipal*, a través del cual era posible solicitar documentos públicos a organismos gubernamentales. A pesar de los inconvenientes políticos por los que atravesó después para lograr una ley específica de transparencia y acceso a la información, varios autores consideran a Colombia el primer país latinoamericano que tuvo la

¹ EE. UU., *The Virginia Declaration of Rights, 1776*, USA, U.S., National Archives and Record Administration, 2016. Disponible en: <https://www.archives.gov/founding-docs/virginia-declaration-of-rights#:~:text=Virginia's%20Declaration%20of%20Rights%20was,Convention%20on%20June%2012%2C%201776>. [Consultada: 15-noviembre-2022].

² Francia, *Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano*, México, Cámara de Diputados, 1789, p. 535-536. Disponible en: https://www.diputados.gob.mx/biblioteca/bibdig/const_mex/decla_huma.pdf [Consultada: 14 noviembre-2022].

³ EE. UU., *About America: The Constitution of the United States of America*, EE.UU., Congress of the United States. Department of State 2004, p. 72. Disponible en: https://www.law.cornell.edu/constitution/first_amendment [Consultada: 15-noviembre-2022].

iniciativa de incluir y reconocer en un estatuto el principio de acceso a la información como derecho de sus ciudadanos ⁴.

No es sino hasta más de medio siglo después en 1946, que la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) emite a través de la *Resolución 59* una definición más completa al expresar que “la libertad de información es un derecho humano fundamental y piedra de toque de todas las libertades” y agrega que esta libertad “implica el derecho de recopilar, transmitir y publicar noticias en cualquier parte y sin restricción alguna.” ⁵

No obstante, para el Dr. Jorge Carpizo no es sino hasta 1948 con la *Declaración Universal de los Derechos Humanos*, que realmente nace la garantía fundamental del derecho a la información ⁶, ya que el artículo 19 de este manifiesto amplía el concepto, haciendo referencia además a la libertad de investigar, de recibir información y de difundirla por cualquier medio de expresión ⁷.

En 1951 Finlandia ya cuenta con su *Ley de transparencia* y en diciembre de 1966 la ONU adopta el *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos*, en

⁴ Orme, Bill, *Acceso a la información: lecciones de la América Latina*, Paris, Francia, UNESCO, 2017, p. 11. Disponible en: https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000249837_spa [Consultada: 1-julio-2022].

⁵ ONU, “Convocatoria de una conferencia internacional de libertad de información”, *Resolución aprobada por la Asamblea General. 65a. Reunión Plenaria, 59/1*, (14 de diciembre de 1946), Geneva, UN, 1946, p. 77. Disponible en: <https://undocs.org/es/A/RES/59%28I%29> [Consultada: 1-julio-2021].

⁶ Carpizo, Jorge y Villanueva, Ernesto, “El derecho a la información. Propuesta de algunos elementos para su regulación”, *Derechos humanos. Memoria del 4º. Congreso Nacional de Derecho Constitucional 3*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas / coord. Valadés, Diego y Gutiérrez Rivas, Rodrigo, 2001, v. 3, pp. 71-102. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/1/94/6.pdf> [Consultada: 3-octubre-2022].

⁷ Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights, “Declaración Universal de los Derechos del Hombre”, *Resolución aprobada por la Asamblea General 177a. Reunión Plenaria, 217 A/3*, (8 de diciembre de 1948), Geneva, ONU, 1948, p. 34. Disponible en: [https://undocs.org/es/A/RES/217\(III\)](https://undocs.org/es/A/RES/217(III)) [Consultada: 1-noviembre-2022].

cuyo artículo 19 se define que el derecho de expresión comprende “la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole”⁸.

No obstante, la más importante aportación en este tema es sin duda la de los EE. UU., que en 1966 proclama la *Ley de Libertad de Información, Freedom of Information Act (FOIA)* o *Acta de Libertad de Información*, basada en el derecho a saber. Esta disposición es considerada el instrumento legislativo más avanzado e influyente a nivel internacional, que protege el derecho de acceso a la información oficial, ya que al referirse a cualquier ley de acceso a la información se emplean las siglas FOIA (*Freedom of Information Act*), tomando como modelo la ley estadounidense. Posteriormente este documento será reformado en 2007 por la *Ley de Gobierno Abierto, Open Government Act*.

En 1969 es suscrito el *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos* y la *Convención Americana sobre los Derechos Humanos*, en donde se proclama el derecho a la libertad de pensamiento y de expresión y se busca recibir y difundir información amparándose en su artículo 13. Bajo esta perspectiva mundial, un año después, en 1970, dos países nórdicos, Dinamarca y Noruega promulgan su *Ley de transparencia*.

En 1978 Francia, Luxemburgo y Holanda continúan con este esfuerzo y en 1982 Nueva Zelanda y Australia también. Cabe subrayar que la norma australiana introduce dentro del concepto “información” los documentos en formato electrónico y promueve la apertura de documentos públicos en internet. A partir de esta ley arranca la denominada “primer oleada” de leyes en materia de transparencia y acceso a la información pública, iniciando con Canadá en 1983 con el “*Access to Information Act*”.

⁸ Office of the United Nations High Commissioner for Human Rights, “Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos”, *Resolución aprobada por la Asamblea General, 217 A/3*, (16 de diciembre de 1966), ONU, Geneva, f1966, 17 p. Disponible en: https://www.ohchr.org/Documents/ProfessionalInterest/ccpr_SP.pdf [Consultada: 16-enero-2022].

En 1985, después de casi un siglo, vuelve a la escena Colombia, pero con una norma muy breve, la *Ley 57*, con apenas 30 artículos y un apartado de “Acceso Ciudadano a los Documentos”⁹. En 1986 Grecia, Austria y Filipinas le acompañan, Italia en 1990 y Holanda en 1991. Hungría y Ucrania se adhieren en 1992 bajo el contexto del *Tratado de Maastricht* que expone el derecho a la información.

En 1993 surge en Europa el *Código 93/730/CE de Conducta*, relativo al acceso del público a los documentos del Consejo y de la Comisión, del cual se derivaron diversas disposiciones relacionadas con la accesibilidad de la información. Portugal inicia en este año y en 1994 Bélgica.

Islandia, Lituania y Corea del Sur en 1996. Tailandia, Uzbekistán e Irlanda en 1997, todos ellos adyacentes a la firma del *Tratado de Amsterdam*, que reparó en ese año que el derecho de acceso a los documentos de las instituciones comunitarias es un derecho intrínseco de la ciudadanía.

En 1998 Israel y Letonia, bajo los principios de la Comisión Económica para Europa y la *Convención sobre el Acceso a la Información*, orientó sus propósitos a lograr que la información referente al medio ambiente fuera asequible para todo el público y que éste participara en la toma de decisiones y fuera sujeto de justicia en asuntos ambientales.

República Checa, Albania, Georgia, Japón, Liechtenstein, Trinidad y Tobago, surgieron en el escenario en 1999¹⁰.

Es el año 2000 un año de muchos cambios en materia de acceso a la información, pues es precisamente cuando se genera la “segunda oleada”

⁹ Colombia, *Ley 57 de 1985*, República de Colombia, REDIPD, 1985, 6 p. Disponible en: <http://www.suin-juriscol.gov.co/viewDocument.asp?ruta=Leyes/1609959> [Consultada: 20-julio-2022].

¹⁰ Instituto de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Distrito Federal, *Transparencia y Datos Personales en el Distrito Federal: texto de apoyo a la formación de servidores públicos en el conocimiento de las leyes de transparencia y protección de datos personales*, coord. Bustillos Roqueñí, Jorge y Hernández López Castellanos, Betsabé, México, INFODF, 2011, p. 20. Disponible en: http://www.infodf.org.mx/comsoc/campana/2012/transparencia_datos_persona.pdf [Consultada: 17-noviembre-2022].

internacional de emisión de leyes en la materia. “Un factor que aceleró la emisión de reglas claras para el acceso a la información pública, fue la demanda mundial de organismos internacionales como la CIDH, la OCDE, BM, FMI, ONU y la OEA, que consideraban la información como una herramienta para combatir la corrupción en la administración pública y para darle certeza y un mejor clima a las inversiones y al intercambio comercial.” ¹¹

En este grupo y en el mismo año contribuyen con diversos preceptos Reino Unido, Bosnia y Herzegovina, Eslovaquia, Sudáfrica, Bulgaria, Moldavia, Lituania, Eslovenia y Estonia. Como sorpresa también Belice firma su *Ley de Libertad a la Información*.

Otro acontecimiento relevante en este año 2000, es que en el Continente Europeo se firma la *Carta de los Derechos Fundamentales*, que protege el derecho a recibir o comunicar informaciones y el acceder a la información pública. Un año después se incorporan Polonia y Rumania en 2001.

En 2002 México publica la *Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental*, considerada como “influyente” o “ley modelo a nivel internacional” ¹², otros países le secundan, como Pakistán, Panamá, Jamaica, Perú, Tayikistán, Uzbekistán, Zimbabue y Angola.

Más tarde se les unen Croacia, India, San Vicente y las Granadinas, Kosovo, Armenia, Eslovenia, Turquía y Serbia, en 2003. En el caso de Argentina, se publicó específicamente un *Reglamento General de Acceso a la Información Pública para el Ejecutivo Federal*.

Cabe mencionar que en este año se lleva a cabo la primera fase de la *Cumbre Mundial sobre la Sociedad de la Información* que considera entre otros temas, la

¹¹ Instituto de Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales del Distrito Federal, *op. cit.*, p. 20.

¹² Orme, Bill, *op. cit.*, p. 8.

desigualdad en el acceso a la información enfocada a la denominada “brecha digital”.

En el año de 2004 Antigua y Barbuda, República Dominicana, Serbia, Suiza, Ecuador, Azerbaiyán y Montenegro difunden sus leyes de libre acceso a la información pública. En 2005 Uganda, Alemania, Montenegro, Taiwán y Bolivia. Esta última se manifiesta a través del *Decreto Supremo No. 26186*, justo cuando se realiza la *Declaración de Dakar* sobre los medios de comunicación y buena gobernanza.

La Corte Interamericana de Derechos Humanos (COIDH) reconoce el acceso a la información como un derecho fundamental, y en este ambiente Macedonia, Honduras y Panamá publican sus leyes en 2006.

En 2007 China, Granada, Nicaragua, Nepal, Jordania, Kirguistán y Costa Rica sacan a la luz sus *leyes de transparencia y acceso a la información*, apoyando así el *Tratado de Lisboa de la Unión Europea*, mediante la *Carta de Derechos Fundamentales*, que totalizó el derecho de acceso a los documentos de las instituciones europeas.

Chile aprueba su *Ley 20.285* junto con la *Ley 18.381* de Uruguay. A estos ordenamientos se agregan los de Etiopía, Malta e Indonesia, todos ellos en el marco de la *Declaración de Maputo*, cuyo objetivo es promover la libertad de expresión, el acceso a la información y la emancipación de las personas en 2008. Barbados y Guatemala firman su ley en este año también y en 2009 Santa Lucía.

La autodeterminación una vez más es proclamada a nivel internacional a través de la *Declaración de Brisbane sobre Libertad de Información: el Derecho a Saber*.

Venezuela publica su *Ley de Transparencia y Acceso a la Información Pública del Estado Bolivariano de Miranda*, así como Bangladesh, Rusia e Irán en 2009. Es también en este año que la Corte Europea de Derechos Humanos (CEDH) reconoce el derecho a la información como un derecho sustancial.

En 2010 aparecen en el plano Guinea y Liberia, El Salvador, Mongolia, Túnez y Níger. Nigeria y Brasil promulgan sus Leyes correspondientes en 2011, año en el que el Comité de Derechos Humanos (CDH) de la ONU declaró el acceso a la información un derecho fundamental vinculado a la libertad de expresión, relación a la que se hará referencia más adelante al considerar las diversas prerrogativas relacionadas con la información.

En este mismo periodo se crea una asociación única integrada por setenta y nueve países, el *Open Government Partnership* (OGP), cuyo objetivo es transformar la forma en el que el gobierno sirve a sus ciudadanos, lograr un gobierno abierto cuya información y datos se conviertan en acciones reales.

Yemen en 2012 y España en 2013 aprueba la *Ley 19/2013* referente a la transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno, cuyo objetivo principal era el de profundizar, fortalecer y garantizar la transparencia en la actividad pública y el DAI. Costa de Marfil sobresale también este año, junto con Guyana, Ruanda y Sierra Leona.

En 2014 Paraguay publica la *Ley 5.282 de Libre Acceso Ciudadano a la Información Pública y Transparencia Gubernamental* y también Mozambique, Sudán del Sur, Palaos, Afganistán y Maldivas divulgan su norma correspondiente. En este mismo periodo, después de 126 años, finalmente Colombia cuenta con un documento específico sobre la materia, su *Ley de Transparencia y del Derecho de Acceso a la Información Pública Nacional*.

Burkaria Faso, Benín y Kazajistán en 2015. En 2016 Kenia, Tanzania, Sri Lanka, Vietnam, Filipinas, Togo y Timor Oriental. En lo que respecta a Venezuela, este año una ley sobre acceso a la información pública es aprobada gracias a que un grupo de sociedades civiles impulsó de manera exitosa esta ley. Al mismo tiempo, Argentina sanciona su *Ley Nacional de Acceso a la Información Pública*.

Después de muchos inconvenientes, en 2017 Bahamas cuenta con su ley denominada *Freedom of Information Act* y le siguen Malawi y Líbano.

Recientemente, en 2018, San Cristóbal y Nieves, Fiji, Seychelles, Marruecos y Vanautu se adhieren a esta tendencia de acercamiento a la información.

Como se observa, a través de casi todo el mundo y a través de la historia, el hombre con toda libertad y para desarrollo del hombre mismo, como “ciudadano del mundo” como lo concibe Kant, ha manifestado y demandado la gran necesidad de comunicarse y de informarse con y a través de sus semejantes, esforzándose por tener acceso a la información de y referente al mundo que le rodea, rompiendo barreras y destruyendo fronteras.

Gracias a ello, 123 países cuentan ya con una legislación de acceso a la información.

1.2 Conceptos

Valoraciones relacionadas con el derecho y la información hay muchas, es fácil perderse y confundir los conceptos, ya que, si bien guardan mucha relación entre sí, sus fines son diversos. Así se puede hablar del derecho a ser informado, el derecho a informar, el derecho a buscar información, el derecho a impartir información, el derecho de la información, el derecho a la información, el derecho de acceso a la información, etc.

La Tesis LXXXV/2016 de la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, define claramente los conceptos a considerar en el presente estudio y que están estrechamente relacionados entre sí:

Derecho a la información. Derecho humano fundamental de conformidad con el artículo 6o. Constitucional que comprende 1) el derecho de informar (difundir), 2) el derecho de acceso a la información (buscar) y, 3) el derecho a ser informado (recibir). Garantía que toda persona tiene de investigar, obtener, pero también de difundir información y de informarse de manera oral, escrita,

impresa, artística o por cualquier otro procedimiento. Derecho a acceder a archivos, bases de datos o documentos de cualquier tipo y de cualquier fuente ¹³.

El derecho a la información se ejercer adecuadamente mediante la libertad de expresión porque la sustenta y la fortalece; así mismo la libertad de expresión tiene sentido porque se hace uso del derecho a la información. Ambos derechos humanos son independientes, pero están tan directamente relacionados que hay quienes consideran que el derecho a la información es una extensión del concepto moderno de la libertad de expresión, pues actualmente la libertad de expresión no solo implica difundir información, además estima el derecho a investigar y recibir información.

La relación de ambos derechos es tan próxima, que menguar a uno implicaría fragmentar al otro.

Derecho a informar. Posibilidad de que cualquier persona pueda exteriorizar o difundir, a través de cualquier medio, la información, datos, registros o documentos que posea, lo que exige que el Estado no restrinja ni limite directa o indirectamente el flujo de la información.

Derecho a buscar información. Es un derecho incluido en el derecho humano primario de libertad de información y por ende concede la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas ¹⁴, es el derecho a buscar y recabar

¹³ IFAI, *Guía para el ejercicio del derecho de acceso a la información y el uso de las herramientas electrónicas de acceso a la información en México*, México, Alianza Cívica, IFAI, 2009, p. 9. Disponible en:

http://www.alianzacivica.org.mx/guia_transparencia/Files/Bases%20del%20DAI/Guia%20DAI%20IFAI%20%20%20Introduccion.pdf [Consultada: 15-julio-2022].

¹⁴ Mendel, Toby, "Libertad de información, derecho humano protegido internacionalmente", *Derecho Comparado de la Información*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003, no. 1 (enero-junio), pp. 43. Disponible en:

<https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/decoin/article/view/33033/29996> [Consultada: 27-julio-2022].

documentación e información a través de diversos medios públicos, lo que implica la posibilidad de exigir la información.

Derecho a recibir información. Facultad de recibir libremente ideas y opiniones de forma veraz, oportuna, actualizada, verídica, comprobada, completa y objetiva, a través de diversas fuentes.

Derecho a ser informado. Garantía de que todos los miembros de la sociedad reciban libremente información plural y oportuna que les permita ejercer plenamente sus derechos, quedando obligado el Estado a no restringir o limitar la recepción de cualquier información e informar a las personas sobre aquellas cuestiones que puedan incidir en su vida o en el ejercicio de sus derechos, sin que sea necesaria alguna solicitud o requerimiento por parte de los particulares.

Derecho de acceso a la información (DAI). Es un derecho fundamental y universal que garantiza que todas las personas puedan solicitar, acceder y examinar información en poder del Estado; es decir de entidades públicas que ejercen el gasto público y que están obligadas a exhibirlo.

El objetivo es lograr un control ciudadano respecto al funcionamiento del Estado y la gestión pública que permita el desarrollo social, cultural, económico, político y democrático de una sociedad, teniendo acceso a archivos, registros, datos y documentos públicos, lo que implica que el Estado no obstaculice ni impida su búsqueda y que establezca los medios e instrumentos idóneos a través de los cuales las personas puedan solicitar dicha información ¹⁵.

¹⁵ Tesis LXXXV.2a./2016, *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación*, Décima Época, t. I, Libro 34, septiembre de 2016, p.839. Disponible en: <https://www.scjn.gob.mx/sites/default/files/gaceta/documentos/tomos/2016-12/libro34t1.pdf> [Consultada: 15-noviembre-2022].

1.3 El derecho de acceso a la información en México. Fundamentos legales

En México el DAI nace con la reforma al artículo 6o. Constitucional de 1977, adicionando la frase: “El derecho de acceso a la información será garantizado por el Estado”. Este cambio fue solo el origen de la avalancha de preceptos relacionados con “transparencia” en nuestro país.

Así pues, el 11 de junio del 2002, se publica en el DOF la *Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental* (LFTAIPG) que en su artículo 33 refiere a la creación de un organismo autónomo, el Instituto Federal de Acceso a la Información Pública (IFAI), cuyo objetivo principal sería el promover el ejercicio del DAI.

Ya con un camino recorrido y un cierto “acercamiento a la información pública”, el 20 de julio del 2007 se publica en el DOF el Decreto que adiciona un segundo párrafo al artículo 6o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (CPEUM) que encumbra el derecho de acceso a la información pública gubernamental, como derecho fundamental de todos los mexicanos ¹⁶.

El 4 de mayo del 2015 se publica en el DOF la Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LGTAIP). Con esta Ley el IFAI cambia su nombre a Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información y Protección de Datos Personales (INAI).

Cabe señalar que el requerimiento de que exista una Ley Federal y una Ley General en materia de transparencia y acceso a la información, es que se necesita una Ley Federal que avale el acceso de toda persona a la información en posesión de los Poderes de la Unión, los Órganos Constitucionales Autónomos y cualquier otra entidad federal y una Ley General que fije los principios, bases y procedimientos que garanticen el derecho de acceso a la información de cualquier

¹⁶ Martínez Becerril, Rigoberto, *El derecho de acceso a la información en México*, Toluca, INFOEM, 2009, pp.57-60.

autoridad, entidad de los Poderes de la Unión, los órganos autónomos, partidos políticos, sindicatos, fideicomisos y fondos públicos ¹⁷.

La Corte ha dado una interpretación por demás clara al explicar que una Ley federal sólo regula las atribuciones conferidas a determinados órganos con el objeto de trascender únicamente al ámbito federal y que en el caso de las Leyes generales son aquellas en que el Constituyente o el Poder Revisor de la Constitución ha renunciado expresamente a su potestad distribuidora de atribuciones entre las entidades políticas que integran el Estado Mexicano ¹⁸.

La Exposición de motivos de la LFTAIP lo explica más ampliamente: “con el fin de dar efectividad a la reforma constitucional en materia de transparencia y al ejercicio del derecho de acceso a la información”, en “razón del principio de jerarquía normativa de nuestro sistema jurídico mexicano” y con el fin de adecuarse a la iniciativa de la LGTAIP, se plantea la necesidad de diseñar una nueva Ley ¹⁹. Por ello, el 9 de mayo del 2016 se publica en el DOF la nueva Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública (LFTAIP), la cual abroga a la LFTAIPG de 2002.

Actualmente, en materia de transparencia y acceso a la información pública México cuenta con 32 leyes locales, pues cada entidad federativa cuenta con su normatividad, así como la Ciudad de México; además de la Ley general y una federal de transparencia que ya fueron anteriormente referidas.

¹⁷ México, *Ley Federal y Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública*, México, SEGOB, CONAPRED, [2016], p.1. Disponible en: <http://www.conapred.org.mx/userfiles/files/LGTAIP%20y%20LFTAIP.pdf> [Consultada: 1-noviembre-2022].

¹⁸ Tesis P. VII/2007, *Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta*, Novena Época, t. 25, abril de 2007, p. 5.

¹⁹ México. Cámara de Senadores, *Iniciativa del Proyecto de Decreto por el que se abroga la Ley federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y se expide la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública*, México, 9 de diciembre, 2014, p.1. Disponible en: https://www.senado.gob.mx/comisiones/cogati/eventos/docs/Iniciativa_LFTAIP.pdf [Consultada: 2-septiembre-2022].

1.4 Los límites al derecho a la información

El derecho de acceso a la información pública no es un derecho absoluto o incondicionado, más bien “se debe hablar de derechos fundamentales no absolutos sino relativos, en el sentido de que su tutela encuentra en un cierto punto un límite insuperable en la tutela de un derecho también fundamental pero concurrente. Y puesto que es difícil establecer y siempre es material opinable cuál es el punto en que uno termina y comienza el otro, la delimitación del ámbito de un derecho fundamental del hombre es extremadamente variable y no puede ser de una vez para siempre establecida”, como así lo afirma Norberto Bobbio ²⁰.

Por ello, este derecho está restringido por causa de interés público, seguridad nacional, cuando se refiere a la vida privada y a los datos personales, como así lo establecen las fracciones I y II del artículo 6o. de la CPEUM.

El artículo 13, numeral 2 de la Convención Americana sobre Derechos Humanos, al considerar el derecho de acceso a la información una extensión de la libertad de pensamiento y de expresión, también le fija restricciones a fin de asegurar “el respeto a los derechos o a la reputación de los demás” “la protección de la seguridad nacional, el orden público o la salud o la moral públicas” ²¹.

La Suprema Corte de Justicia de la Nación también discrimina el carácter absoluto a este derecho, por razón de seguridad nacional, respeto a los intereses de la sociedad, de los gobernados, como así lo expone en la siguiente tesis:

²⁰ Bobbio, Norberto, *El tiempo de los derechos*, trad. de Rafael de Asís Roig, Madrid, Ed. Sistema, [1991], p. 80. Disponible en: http://culturadh.org/ue/wp-content/files_mf/144977835110.pdf [Consultada: 27-julio-2022].

²¹ COIDH, CNDH, ONU, *Documentos básicos en material de derecho humanos en el sistema interamericano*, San José de Costa Rica, Secretaría de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2018, p. 46. Disponible en: <http://appweb.cndh.org.mx/biblioteca/archivos/pdfs/Documentos-DH-Sistema-Interamericano.pdf> [Consultada: 7- noviembre-2022].

DERECHO A LA INFORMACIÓN. SU EJERCICIO SE ENCUENTRA LIMITADO TANTO POR LOS INTERESES NACIONALES Y DE LA SOCIEDAD, COMO POR LOS DERECHOS DE TERCEROS. El derecho a la información consagrado en la última parte del artículo 6o. de la Constitución Federal no es absoluto, sino que, como toda garantía, se halla sujeto a limitaciones o excepciones que se sustentan, fundamentalmente, en la protección de la seguridad nacional y en el respeto tanto a los intereses de la sociedad como a los derechos de los gobernados, limitaciones que, incluso, han dado origen a la figura jurídica del secreto de información que se conoce en la doctrina como "reserva de información" o "secreto burocrático". En estas condiciones, al encontrarse obligado el Estado, como sujeto pasivo de la citada garantía, a velar por dichos intereses, con apego a las normas constitucionales y legales, el mencionado derecho no puede ser garantizado indiscriminadamente, sino que el respeto a su ejercicio encuentra excepciones que lo regulan y a su vez lo garantizan, en atención a la materia a que se refiera; así, en cuanto a la seguridad nacional, se tienen normas que, por un lado, restringen el acceso a la información en esta materia, en razón de que su conocimiento público puede generar daños a los intereses nacionales y, por el otro, sancionan la inobservancia de esa reserva; por lo que hace al interés social, se cuenta con normas que tienden a proteger la averiguación de los delitos, la salud y la moral públicas, mientras que por lo que respecta a la protección de la persona existen normas que protegen el derecho a la vida o a la privacidad de los gobernados (Tesis Pleno. LX/2000).

La LGTAIP y la LFTAIP también establecen límites al derecho de acceso a la información al hacer referencia a lo largo de su articulado a la "información confidencial" o "información reservada". Ambos preceptos enlistan las diversas condiciones y causas bajo las cuales la información es clasificada así.

Finalmente, cabe resaltar que también la nueva Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (LFPPI) que entró en vigor en noviembre del 2020 ²², incluye un capítulo específico para la protección de información confidencial denominado "De los secretos industriales", al igual que lo comprendía la LPI de 1991 vigente hasta finales del año 2020.

²² México, *Ley federal de protección a la propiedad industrial*, México, Cámara de Diputados, 2021, 94 p. Disponible en: http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPI_010720.pdf [Consultada: 2-julio-2021].

A lo largo de los artículos 86, 86 BIS y 86 BIS1 de la LPI y los artículos 163 a 169 de la LFPPI se precisa que un secreto industrial es cualquier información de aplicación industrial o comercial, la cual debe ser protegida con carácter de confidencial por la persona que ejerce el control legal, ya que representa una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de sus actividades económicas. Lo que implica la utilización de medios o sistemas suficientes para resguardar y restringir el acceso a esta información con el fin de preservar su confidencialidad y secrecía a través de documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas o en cualquier otro medio conocido.

Toda persona que debido a su trabajo, posición, profesión o relación de negocios tenga acceso a un secreto industrial y que haya sido advertida de la confidencialidad de la información y la divulgue sin el consentimiento correspondiente y en perjuicio de otra, comete un delito.

Lo mismo sucede con la persona física o moral que con el fin de obtener secretos industriales contrate un trabajador que preste o haya prestado sus servicios para otra persona, o se valga de cualquier medio ilícito para obtener este tipo de información.

Es importante subrayar que la nueva LFPPI incorpora el concepto de “apropiación indebida, adquisición, uso o divulgación de secretos industriales” por considerarla contraria a los buenos usos y costumbres en la industria y el comercio y un acto ilícito de competencia desleal.

Por supuesto, los secretos industriales al ser información confidencial de una empresa o negocio no son susceptibles de ser registrados ante el IMPI, a pesar de ser regulados por la LFPPI.

La información que el IMPI como organismo público sí debe registrar y difundir, es la relacionada con:

- a) patentes de invención
- b) modelos de utilidad

- c) dibujos y modelos industriales
- d) esquemas de trazado de circuitos integrados
- e) marcas
- f) avisos y nombres comerciales
- g) denominaciones de origen
- h) indicaciones geográficas, y

cualquier otra referente a los derechos de la propiedad industrial que le confiere el Estado Mexicano a través de la legislación sobre propiedad industrial.

El medio que el IMPI emplea para cumplir mayúscula obligación es la Gaceta de la Propiedad Industrial. Es a partir de 2009 a través de la base de datos en internet SIGA, que el IMPI da difusión legal a la Gaceta y permite consultar y descargar de manera electrónica y gratuita cada uno de los ejemplares de las Gacetas de marcas, patentes y contencioso. En este mismo año también se puso en operación un Visor de Documentos de Propiedad Industrial (ViDoc), mediante el cual es posible acceder a expedientes y documentos relacionados con patentes concedidas y publicadas, marcas, nombres y avisos comerciales, asuntos contenciosos concluidos y notificados, documentos del Registro General de Poderes entre muchos más.

El IMPI también cuenta con MARCANet, que es una plataforma tecnológica de búsqueda y consulta externa de información electrónica gratuita y en tiempo real sobre expedientes y registros de marcas, avisos y nombres comerciales que permite conocer la disponibilidad de una marca.

Lo más novedoso en el IMPI es MARCia, su nueva “asistente con inteligencia artificial” que permite realizar búsquedas relativas a trámites, solicitudes y registros de marcas por nombre y por imagen o logotipo. A esta herramienta gratuita se puede acceder a través de la página web del IMPI o descargando la aplicación IMPI Móvil en el teléfono celular.

Como puede observarse, el IMPI pone toda la información sobre propiedad industrial a través de sus diversas bases de datos, por lo que permite acceder al público en general de manera gratuita a través de internet.

En el Capítulo siguiente, se considerarán las funciones del IMPI y en mayor detalle su órgano de difusión de información, la Gaceta de la Propiedad Industrial.

CAPÍTULO SEGUNDO: EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

2.1 Antecedentes

El IMPI, surge bajo el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, por decreto publicado en el Diario Oficial de la Federación (DOF) el 10 de diciembre de 1993 ²³, sujeto a la coordinación de la entonces denominada Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), hoy Secretaría de Economía (SE).

La creación de este organismo ya estaba contemplada desde 1991 por la llamada *Ley de fomento y protección de la propiedad industrial (LFOPPI)*, pues en su artículo 7o. determinaba que sería un organismo descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio y que tendría entre otras atribuciones, ser órgano de asesoría, consulta y difusión en materia de propiedad industrial, ser promotor de invenciones de aplicación industrial y desarrollo comercial, formar y mantener actualizados los acervos sobre invenciones publicadas y realizar estudios e investigaciones en dicha materia. En el artículo quinto transitorio de la misma ley, también se advierte que el Ejecutivo Federal posteriormente expediría el Decreto de creación del Instituto ²⁴.

En cuanto al inicio de operaciones, la propia SECOFI consideró que lo más conveniente era comenzar con el ejercicio fiscal 1993, y en este año surge la máxima autoridad en lo que respecta a administración y gestión del sistema de propiedad industrial en nuestro país, el IMPI.

²³ México, "Decreto por el que se crea el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial", *Diario Oficial de la Federación*, México, SCFI, 10 diciembre de 1993, pp. 16-18. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4811634&fecha=10/12/1993&cod_diario=207109 [Consultada: 2-julio-2021].

²⁴ México. "Ley de fomento y protección de la propiedad industrial", *Diario Oficial de la Federación*, México, SCFI, 27 junio de 1991, p. 5. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?codnota=4726787&fecha=27/06/1991&cod_diario=203739 [Consultada: 2-julio-2021].

Cabe aclarar que antes que el IMPI entrara en funciones, la Dirección General de Desarrollo Tecnológico (DGGT), dependiente de la SECOFI, hoy denominada SE, era la responsable de promover y proteger el desarrollo tecnológico, la propiedad industrial y la regulación de la transferencia de tecnología.

La creación del IMPI se da en un entorno económico muy activo e innovador a nivel internacional. México se encontraba en un proceso de apertura económica e inversión extranjera; además de que advertía la presión que representaba la firma del Tratado del Mercado Común (MERCOSUR), entre Argentina, Brasil, Uruguay y Paraguay, los acuerdos de libre comercio, la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC) y el enorme compromiso ante la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

Eran evidentes los avances en la ciencia y la tecnología que se estaban dando, de tal suerte que no podían ser excluidos de los acuerdos y tratados que se estaban concertando. Aspectos de la propiedad intelectual y el comercio, eran temas inevitables por considerar y por supuesto, requerían atención y protección.

2.2 Objetivo

En el marco de una nueva política comercial, en donde el principal objetivo era incentivar sectores estratégicos del país, con una moderna política industrial y fomento económico enfocado a generar innovación, el IMPI elaboró en base al Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 y al Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018 (PRODEIN), publicados ambos en 2013, en el DOF del 20 de mayo ²⁵ y el

²⁵ México, "Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018", *Diario Oficial de la Federación*, México, SHCP, 20 mayo de 2013, Segunda Sección, pp. 1-130. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5299465&fecha=20/05/2013 [Consultada: 17-julio-2022].

16 de diciembre respectivamente ²⁶, su proyecto institucional denominado Programa de Innovación Protegida 2013-2018, publicado en el DOF el 9 de mayo de 2014 ²⁷, cuyas estrategias y acciones buscaban facilitar y promover la protección de la propiedad industrial, así como incrementar el desarrollo y registro de la propiedad industrial procedente de emprendedores y micro, pequeñas y medianas empresas a través de los siguientes objetivos generales:

- Fortalecer el Sistema de Propiedad Industrial que favorezca la certeza jurídica.
- Promover y concientizar a la sociedad sobre los beneficios de la propiedad industrial.
- Mejorar los servicios del IMPI que demanda la dinámica de protección de la innovación.
- Favorecer la protección del conocimiento productivo y desalentar la competencia desleal.
- Fortalecer la presencia internacional en el ámbito de la propiedad intelectual.

Aunado a ello, cabe subrayar que, en su portal de internet el propio Instituto puntualiza y adiciona dos puntos más:

- Modernizar, formal e instrumentalmente, los esquemas de gestión de la propiedad industrial, con el fin de garantizar la seguridad jurídica y la protección del Estado.

²⁶ México, “Programa de Desarrollo Innovador 2013-2018”, *Diario Oficial de la Federación*, México, SE, 16 diciembre de 2013, Tercera Sección, pp. 70-112. Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5326478&fecha=16/12/2013 [Consultada: 27-julio-2022].

²⁷ México, “Programa de Innovación Protegida 2013-2018”, *Diario Oficial de la Federación*, México, SE, 9 mayo de 2014, Segunda Sección, p.1. Disponible en: http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5344069&fecha=09/05/2014 [Consultada en: 7-julio-2021].

- Realizar un eficaz combate a las prácticas comerciales y desleales o ilegales ²⁸.

2.3 Marco jurídico y Estatuto

De acuerdo con el Manual Institucional del IMPI, publicado en el DOF el 21 de abril del 2005 ²⁹, el Programa de Innovación Protegida 2013-2018 y el portal *web* del Instituto, el Marco Jurídico de este organismo es sumamente amplio. No obstante, destacan como principales las siguientes disposiciones:

- 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
- Arreglo de la Haya relativo al Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales
- Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) (Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial de Comercio)
- Acuerdos administrativos del IMPI respecto a trámites, formatos, solicitudes, delegación de facultades, funciones, circunscripción territorial, horarios, tarifas, etc.
- Acuerdos comerciales internacionales con diversos países
- Arreglo de Estrasburgo relativo a la Clasificación Internacional de Patentes

²⁸ IMPI, *Conoce el IMPI. ¿Qué es el IMPI?*, México, Gobierno de México, 2018. Disponible en: <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/conoce-el-mpi-que-es-el-mpi> [Consultada: 2- julio- 2021].

- Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional y su Reglamento
- Arreglo de Locarno que establece una Clasificación Internacional para los Dibujos y Modelos Industriales
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos
- Convención de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas
- Convención Internacional sobre Derechos de Autor y Obras Literarias, Científicas y Artísticas
- Convención que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
- Convención sobre la Propiedad Literaria y Artística suscrita en la Cuarta Conferencia Internacional Americana
- Convención Universal sobre Derechos de Autor
- Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (Acta de Estocolmo)
- Convenio de Roma sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión
- Convenio Internacional para la Protección de las Obtenciones de Variedades Vegetales
- Convenio sobre la Diversidad Biológica
- Declaraciones generales de Protección Denominaciones de Origen diversas
- Decreto por el que se crea el IMPI
- Estatuto orgánico del IMPI
- Reglamento del IMPI
- Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial y su Reglamento

- Ley Federal de Variedades Vegetales y su Reglamento
- Ley Federal del Derecho de Autor y su Reglamento
- Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas
- Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en materia de Patentes
- Tratado de Cooperación en materia de Patentes y su Reglamento
- Tratado sobre el Registro Internacional de Obras Audiovisuales

Todas estas disposiciones son los más relevantes instrumentos que conforman el entorno normativo del IMPI.

2.4 Atribuciones

De conformidad con en el artículo 5o. de la LFPPI, se designa al IMPI las siguientes facultades, conservando su carácter de organismo descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio:

- I. Tramitar y, en su caso, otorgar patentes de invención, registros de modelos de utilidad, diseños industriales, esquemas de trazado de circuitos integrados, certificados complementarios, marcas, marcas colectivas o marcas de certificación; publicar nombre comerciales; transmisiones o licencias de uso y explotación; estimar o declarar la notoriedad o fama de marcas; emitir las declaraciones de protección a denominaciones de origen e indicaciones geográficas y autorizar el uso de las mismas, y las demás que le otorga esta Ley y su Reglamento para el reconocimiento y conservación de los derechos de propiedad industrial;
- II. Sustanciar los procedimientos de nulidad, caducidad y cancelación de los derechos de propiedad industrial; así como cesar los efectos de las publicaciones de los nombres comerciales; formular las resoluciones y emitir

las declaraciones administrativas correspondientes, conforme lo dispone esta Ley y su Reglamento y, en general, resolver las solicitudes que se susciten con motivo de la aplicación de la misma;

- III. Realizar las investigaciones de presuntas infracciones administrativas en los términos de las leyes cuya aplicación le corresponde; oír en su defensa a los presuntos infractores; conciliar los intereses de las partes involucradas cuando se lo soliciten; formular las resoluciones, emitir las declaraciones e imponer las sanciones administrativas correspondientes;
- IV. Ordenar y practicar visitas de inspección, y requerir información y datos;
- V. Ordenar y ejecutar las medidas provisionales previstas en esta Ley, para prevenir o hacer cesar la violación a un derecho, y, en su caso, decretar el destino de los bienes asegurados, incluyendo, su destrucción;
- VI. Determinar en cantidad líquida el monto de las multas que imponga y, en su caso, de los respectivos accesorios, requerir su pago y recaudar el crédito fiscal resultante;
- VII. Exigir el pago de los créditos fiscales que no hubiesen sido cubiertos oportunamente a través del procedimiento administrativo de ejecución, en términos de Código Fiscal de la Federación;
- VIII. Condenar el pago de los daños y perjuicios causados al titular afectado en los procedimientos de declaración administrativa de infracción previstos en las leyes cuya aplicación le corresponde, y cuantificar el monto de la indemnización respectiva;
- IX. Solicitar el auxilio de la fuerza pública federal, estatal o local, así como de cualquier institución civil o armada, para cumplimentar eficaz y prontamente sus determinaciones relacionadas con la observancia de derechos contenidos en las leyes, cuya aplicación le corresponde;
- X. Designar peritos o fungir como tal, conforme se le solicite conforme a la legislación aplicable;

- XI. Emitir los dictámenes técnicos que le sean requeridos por los particulares, por el Ministerio Público Federal o por cualquier otra autoridad judicial o administrativa; efectuar las diligencias y recabar las pruebas que sean necesarias para su emisión;
- XII. Actuar como depositario cuando se le designe conforme a la Ley y, en su caso, poner a disposición de la autoridad competente los bienes que se hubieren asegurado;
- XIII. Sustanciar y resolver los recursos administrativos que se interpongan contra las resoluciones que emita, conforme a la competencia de las leyes cuya aplicación le corresponde;
- XIV. Fungir como árbitro en la resolución de controversias relacionadas con la competencia de las leyes cuya aplicación le corresponde, cuando los involucrados lo designen expresamente como tal; de conformidad con las disposiciones contenidas en el Código de Comercio (CC);
- XV. Publicar en la Gaceta los actos a los que se refiere esta Ley;
- XVI. Difundir la información derivada de las patentes, registros, publicaciones, declaratorias, declaraciones, autorizaciones y cualquier otra relacionada con las leyes cuya aplicación le corresponde;
- XVII. Establecer las reglas para la gestión de trámites a través de medios de comunicación electrónica;
- XVIII. Mantener el registro público de los derechos de propiedad industrial en los términos que establezca esta Ley y su Reglamento, sin perjuicio de lo que establezcan los Tratados Internacionales;
- XIX. Difundir, asesorar y dar servicio al público, conforme a la competencia de las leyes cuya aplicación le corresponde;
- XX. Promover la creación de invenciones de aplicación industrial, apoyar su desarrollo y explotación en la industria y el comercio, e impulsar la transferencia de tecnología mediante:

- a) La divulgación de acervos documentales sobre invenciones publicadas en el país o en el extranjero y la asesoría sobre su consulta y aprovechamiento;
 - b) La elaboración, actualización y difusión de directorios de personas físicas y morales dedicadas a la generación de invenciones y actividades de investigación tecnológica;
 - c) La realización de concursos, certámenes o exposiciones y el otorgamiento de premios y reconocimientos que estimulen la actividad inventiva y la creatividad en el diseño y la presentación de productos;
 - d) La difusión entre las personas, grupos, asociaciones o instituciones de investigación, enseñanza superior o de asistencia técnica, del conocimiento y alcance de las disposiciones de esta Ley, que faciliten sus actividades en la generación de invenciones y en su desarrollo industrial y comercial subsecuente, y
 - e) La celebración de convenios de cooperación, coordinación y concertación, con los gobiernos de las entidades federativas, así como con instituciones públicas o privadas, nacionales o extranjeras, para promover y fomentar las invenciones y creaciones de aplicación industrial y comercial;
- XXI. Participar en los programas de otorgamiento de estímulos y apoyos para la protección de la propiedad industrial, tendientes a la generación, desarrollo y aplicación de tecnología mexicana en la actividad económica, así como para mejorar sus niveles de productividad y competitividad;
- XXII. Formar y mantener actualizados los acervos sobre invenciones publicadas en el país;
- XXIII. Tramitar y, en su caso, proporcionar la respuesta a las solicitudes de información tecnológica;

- XXIV. Efectuar investigaciones sobre el estado de la técnica en los distintos sectores de la industria y la tecnología;
- XXV. Coordinar su actuación con las diversas instituciones públicas y privadas, nacionales, extranjeras e internacionales, que tengan por objeto el fomento y protección de los derechos de propiedad industrial, la transferencia de tecnología, el estudio y promoción del desarrollo tecnológico, la innovación, la diferenciación de productos;
- XXVI. Proporcionar la información y la cooperación técnica en materia de propiedad industrial, que le sea requerida por la Administración Pública Federal u otras autoridades, conforme a las normas y políticas establecidas para tal efecto;
- XXVII. Propiciar la participación del sector industrial en el desarrollo y aplicación de tecnologías que incrementen la calidad, competitividad y productividad del mismo, así como realizar investigaciones sobre el avance y aplicación de la tecnología industrial nacional e internacional y su incidencia en el cumplimiento de tales objetivos, y proponer políticas para fomentar su desarrollo;
- XXVIII. Promover la cooperación internacional mediante el intercambio de experiencias administrativas y jurídicas con instituciones encargadas del registro y protección legal de la propiedad industrial en otros países, incluyendo entre otras: la capacitación y el entrenamiento profesional de personal, la transferencia de metodologías de trabajo y organización, el intercambio de publicaciones y la actualización de acervos documentales y bases de datos;
- XXIX. Participar, en coordinación con las unidades competentes de la SE, en las negociaciones que correspondan al ámbito de sus atribuciones;
- XXX. Realizar estudios sobre la situación de la propiedad industrial en el ámbito internacional y participar en las reuniones o foros internacionales relacionados;
- XXXI. Actuar como órgano de consulta conforme a la competencia de las leyes cuya aplicación le corresponde de las distintas dependencias y entidades

de la Administración Pública Federal, así como asesorar a instituciones sociales y privadas;

- XXXII. Participar en la formación de recursos humanos especializados en las diversas disciplinas de la propiedad industrial, a través de la formulación y ejecución de programas y cursos de capacitación, enseñanza y especialización de personal profesional, técnico y auxiliar;
- XXXIII. Formular y ejecutar su programa institucional de operación, y;
- XXXIV. Prestar los demás servicios y realizar las actividades necesarias para el debido cumplimiento de las leyes cuya aplicación le corresponden.

Como puede verse dentro de las atribuciones del IMPI se encuentra la facultad administrativa de emitir declaratorias de notoriedad o fama de marcas y de hacerlas públicas de manera oficial, siendo este Instituto la autoridad que certifica y reconoce que estas marcas cumplen con todos los requisitos y condiciones en el momento de emitir dicha declaratoria.

Esta atribución no es tema reciente. A raíz de la reforma publicada en el DOF el 16 de junio del 2005, en donde se adiciona al Título Cuarto, el Capítulo II Bis denominado “De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas” a la LPI de 1991, y se establecen entre otros temas, diversas facultades al IMPI, se modifica el *Acuerdo* del 15 de diciembre de 1999, publicado en el DOF el 13 de septiembre del 2007, *Por el que se delega facultades en los Directores Generales Adjuntos, Coordinador, Directores Divisionales, Titulares de las Oficinas Regionales, Subdirectores Divisionales, Coordinadores Departamentales y otros subalternos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial*, emitido por la entonces denominada Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, y donde se precisa y detalla en los incisos u) a z), el delegar la facultad en el Subdirector Divisional de Marcas Notorias, Investigación, Control y Procesamiento de Documentos, de aplicar las disposiciones legales y administrativas para la emisión de las declaratorias de notoriedad o fama de marcas y la actualización de las mismas. También le atribuye la facultad de negar la emisión de la declaratoria y sus actualizaciones, y emitir las resoluciones que declaren el desistimiento o el desechamiento de solicitudes o promociones relativas

a estas declaratorias; así como sustanciar los procedimientos de nulidad de declaratorias de notoriedad o fama y emitir las declaraciones administrativas que correspondan.

En el mismo ejemplar del 13 de septiembre de 2007 se reforma por tercera ocasión, el Estatuto Orgánico del IMPI del 27 de diciembre de 1999, en cuyo artículo 5o. inciso c), subinciso v) se integra la Subdirección Divisinal de Marcas Notorias y la Coordinación Departamental de Resoluciones de Marcas Notorias, para asumir tal atribución. Dicha estructura orgánica y despacho de asuntos permanecen en la actualidad.

El mismo día que entra en vigor la nueva LFPPI, el 5 de noviembre del 2020, se publica un nuevo *Acuerdo delegatorio de facultades del IMPI* que abroga el Acuerdo de 1999 y todas sus reformas, aclaraciones y adiciones. Esta disposición faculta en su artículo 7o., fracciones II, XXXI, XXXII y XXXIII, nuevamente a la Subdirección Divisinal de Marcas Notorias, Investigación, Control y Procesamiento de Documentos, a formular las resoluciones de las solicitudes de declaración administrativa de las declaratorias de notoriedad o fama de marcas; aplicar las disposiciones legales y administrativas para su emisión y actualización; requerir se hagan las aclaraciones o adiciones necesarias a las solicitudes y actualizaciones; emitir las resoluciones que declaren el desistimiento o desechamiento de las solicitudes o promociones relativas a las declaratorias y sus actualizaciones; otorgar o negar las declaratorias y sus actualizaciones; y efectuar las publicaciones en la Gaceta.

Respecto a ésta última facultad, el artículo 5o., fracción XVI de la LFPPI también le asigna al IMPI la tarea de difundir las declaratorias, especificando en el artículo 197 que las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad y fama deberán publicarse en la Gaceta, la cual es el órgano oficial de publicación y notificación del Instituto, como se asienta en su artículo 18.

2.5 El IMPI como difusor de la información en materia de propiedad industrial

Desde que se publicó la LFOPPI en 1991, ya se le designaba al IMPI entre otras atribuciones, la de informar y difundir la información sobre la propiedad industrial.

Una de sus facultades es la de efectuar la publicación legal a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial y divulgar la información derivada de las patentes, registros, declaratorias de notoriedad o fama de marcas, autorizaciones y publicaciones concedidas y de cualesquiera otras referentes a los derechos de propiedad industrial que le confiere la Ley.

El objetivo de un órgano de difusión oficial sobre propiedad industrial es evidentemente, fortalecer la certeza y seguridad jurídicas del Sistema Nacional de Propiedad Industrial y la protección del Estado.

Estos principios mantienen el equilibrio, la estabilidad, la uniformidad y la unidad, pues garantizan la justicia, la efectividad, la eficacia del sistema de propiedad industrial nacional de un país y sus ciudadanos.

Además, otro punto a considerar lo es la transparencia gubernamental, la cual debe ser característica fundamental de un gobierno verdaderamente eficiente que garantiza a cualquier ciudadano acceso libre a información y que la difunde. La información como ya se mencionó debe ser completa, oportuna, rápida, clara y precisa; es decir, útil y valiosa porque además se trata de información de interés público.

Por ello el IMPI, siendo un órgano público y esencial en el desarrollo productivo del país, está obligado a organizar, clasificar, digitalizar y difundir información útil, dando acceso a todo aquel interesado en consultarla, investigarla, impugnarla o emplearla con fines legítimos y con responsabilidad. Debe estar a la vanguardia maximizando la difusión de toda la información sobre propiedad industrial mediante el uso de internet y el empleo de las más avanzadas tecnologías de la información.

Finalmente, el derecho de acceso a la información gubernamental supone que los ciudadanos podemos obtener información generada por el IMPI, por tratarse de información pública y porque se traduce en el fortalecimiento de la industria, el comercio y el crecimiento económico de un país.

CAPÍTULO TERCERO: LA GACETA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

3.1 Antecedentes

El artículo 38 de la Constitución de Apatzingán de 1814, ya consagra la libertad de industria o comercio, y la libertad de expresión e imprenta en su artículo 40. No obstante, no es sino casi un lustro después, que surge la primera “Ley para la Protección de Patentes”, expedida por las Cortes Españolas.

Mediante el Decreto XLIII del 2 de octubre de 1820 titulado: “Asegurando el derecho de propiedad á los que inventen, perfeccionen ó introduzcan algún ramo de la industria.” A través de esta resolución de 25 artículos se detalla la protección para el inventor, perfeccionador, mejorador o introductor, con el fin de asegurar su propiedad ³⁰.

El artículo 12 de este Decreto establece que “el Gefe de la Direccion General de Fomento general del reino, cuidará de que toda invencion, perfeccion o introduccion, cuyo depósito le confie el Gobierno, se publique inmediatamente en la *Gaceta*, á fin de que llegue á noticia de todos, y además estará obligado á manifestar á todo el que lo solicite el catálogo ó registro de todos los certificados expedidos, y las cubiertas de las invenciones secretas, á fin de que cualquiera pueda juzgar si debe decidirse á pedir certificado de alguna invención, mejora o introducción que piense haber hecho” ³¹.

Claramente este Decreto de 1820 refleja, no solo interés, sino la obligación de difundir a través de un órgano oficial denominado *Gaceta*, todo lo relacionado a las invenciones, enfatizando además la importancia de hacerlo público de manera inmediata. No obstante, no se tiene registro de la publicación de un “privilegio” o de “certificado expedido” a través de una *Gaceta* u otra publicación en esta época.

³⁰ Márquez Barraza, Manuel, *Inventos e inventores. Historia de su protección en México (1820-2002)*, México, M. Márquez, [2002?], p.2.

³¹ Cortes Españolas, *Colección de los Decretos y Órdenes Generales de la Primera Legislatura de las Cortes Ordinarias de 1820 y 1821, desde 6 de julio hasta 9 de noviembre de 1820, mandada publicar de orden de las mismas*, Madrid, Impr. Nacional, 1821, v. 6, p. 162.

Doce años después, con la Constitución de 1824, aparece el primer texto legal sobre propiedad industrial, la “Ley sobre Derecho de Propiedad de los Inventores ó Perfeccionadores de algún Ramo de la Industria”, publicada el 7 de mayo de 1832 por la Secretaría de Relaciones ³². Esta disposición fue ampliamente impulsada por el entonces Ministro de Relaciones Interiores y Exteriores, Lucas Alamán, sobresaliente científico y diplomático español, progresista impulsor del sector industrial y económico en la Nación Mexicana.

Para obtener el derecho de propiedad, el autor debía presentar una solicitud con la descripción exacta de su invento ante el Ayuntamiento o ante el Gobernador del Estado o Territorio al que pertenecía. Dicha solicitud debía ir acompañada de los dibujos o modelos necesarios que explicaran la invención. Posteriormente, el Gobierno tenía que publicar en los periódicos dicha solicitud en tres ocasiones y otorgar dos meses de plazo para el alegato de derechos. Una vez transcurridos los dos meses, el Secretario de Relaciones expediría la patente.

El artículo 17 de la “Ley de Inventores”, hace referencia a la utilización de una publicación, a la que denomina *Gaceta*, a través de la cual, una vez concedida la patente, el Gobierno debía publicar y divulgar dicha expedición ³³.

La Ley hace referencia a un periódico específico destinado a difundir la información y designa a dicha *Gaceta*, el medio de comunicación oficial respecto de la propiedad industrial, ya que por “publicación oficial” la bibliotecóloga y documentalista Rosa María Fernández de Zamora se refiere a todo aquel material

³² Labariega Villanueva, Pedro Alfonso, “Algunas consideraciones sobre el derecho de propiedad intelectual en México”, *Revista de Derecho Privado*, Nueva Época, Año 2, no. 6 (septiembre-diciembre) [p. 26]. Disponible en: <http://historico.juridicas.unam.mx/publica/rev/derpriv/cont/6/dtr/dtr2.htm> [Consultada: 14-julio-2021].

³³ Dublán, Manuel y Lozano, José María, *Legislación Mexicana o, Colección completa de las disposiciones legislativas expedidas desde la independencia de la República*, México, Impr. Dublán y Lozano, 1876 - , v. 2, (no. 1037), p.427.

de información publicado por el gobierno, ya sea a título de autor, editor o patrocinador ³⁴.

De acuerdo con la “Guía de publicaciones oficiales” de Anita M. Ker, bibliotecaria de la Hardin Library, en Forsyth, Georgia, quien se dio a la tarea de recopilar todos los impresos oficiales publicados de 1821 a 1936 que se encontraban resguardados tanto en instituciones mexicanas como estadounidenses, no se publicó una *Gaceta* o cualquier otra publicación para ese fin específico durante este periodo ³⁵.

Ker pasó un año en la Ciudad de México investigando sobre documentos públicos de nuestro país, auspiciada dicha estancia por la *Library of Congress*. Esta obra específicamente formó parte de diversos estudios de investigación bibliográfica realizados en América Latina y se tituló *Mexican Government Publications: a guide to the more important publications of the national government of Mexico, 1821-1936* ³⁶.

De acuerdo con esta guía, las únicas publicaciones oficiales próximas a la “Ley de invenciones de 1832” son: el *Registro Oficial del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos*, que abarcó de enero de 1830 a enero de 1833, y *El Telégrafo: periódico oficial del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos*, que cubrió el periodo a partir del 11 de enero de 1833 al 31 diciembre de 1835.

En 1832 no apareció ninguna *Gaceta* específica que difundiera las patentes otorgadas por el Gobierno. Si bien es cierto, anterior a la “Ley de invenciones de 1832”, Ker hace referencia a la *Gaceta imperial de México (1821-1822)*, la *Gaceta*

³⁴ Fernández de Zamora, Rosa María, *Las publicaciones oficiales de México: guía de publicaciones periódicas y seriadas 1937-1970*, México, UNAM, IIB, IIS, 1977, p. 8.

³⁵ Cruz Soto, Rosalba, “La historia de la prensa en México durante el siglo XX”, *La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas México*, AMIC, 2001, pp. 15-48.

³⁶ Ker, Annita Melville, *Mexican government publications: a guide to the more important publications of the national government of Mexico, 1821-1936*, Washington, Library of Congress, 1940, pp. 5-8. Disponible en: <https://babel.hathitrust.org/cgi/pt?id=mdp.39015033675391&view=1up&seq=5> [Consultada: 7-julio-2022].

del Gobierno imperial de México (1823-1825), la *Gaceta diaria de México* (1825-1826), la *Gaceta del gobierno supremo de la Federación Mexicana* (1826-1827), y la *Gaceta extraordinaria del supremo gobierno de la Federación Mexicana* (1829-1830?).

Martha Celis de la Cruz, periodista, investigadora y especialista en las publicaciones periódicas en México durante el siglo XIX ³⁷, agrega al listado anterior, una primera publicación denominada *Gaceta del Gobierno de México* (1810-1821). Respecto a la *Gaceta del Gobierno Imperial de México*, la considera una sola, junto con la denomina *Gazeta Imperial de México* (1821-1823). También incorpora además la *Gaceta del gobierno supremo de México* (1823), la *Gaceta del supremo gobierno de la Federación Mexicana* (1825), y la *Gaceta Diaria de México* (1825-1826). ³⁸

En base a todos los documentos históricos bibliográficos anteriores, no se tiene registro de una *Gaceta* en particular, que haya difundido la información sobre la propiedad industrial en nuestro país posterior a la referencia que hace la Ley de Invencciones de 1832. Es de comprender, que México atravesaba por cambios políticos y sociales trascendentales. Tan solo entre los años 1832 y 1833 se tiene noticia de cuatro presidentes: Manuel Gómez Pedraza, Antonio López de Santa Anna, y como interinos: Melchor Múzquiz y Valentín Gómez Farfás.

No obstante, aunque no existió una publicación especializada para la difusión de las patentes, sí se sabe que la primera patente se otorgó el 30 de julio de 1832, casi tres meses después de publicada la “Ley sobre el derecho de propiedad de los

³⁷ Almanza Cabrera, Jorge Rolando, “Semblanza sobre Martha Celis de la Cruz”, *REHMLAC, Revista de Estudios Históricos de la Masonería Latinoamericana y Caribeña*, San José, Costa Rica, Universidad de Costa Rica, UNAM, 2011, v.3, no. 2, (diciembre 2011 – abril 2012), pp. 302-308. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3851219> [Consultada: 14-julio-2022].

³⁸ Celis de la Cruz, Martha, “La prensa oficial mexicana: de la *Gaceta del Gobierno de México* (1810-1821) al *Diario del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos* (1835-1846)” *La génesis de los derechos humanos en México*, México, UNAM, 2006, pp. 173-186. Disponible en: <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/5/2289/12.pdf> [Consultada: 17-enero-2022].

inventores y perfeccionadores”, bajo la que se concedió un “privilegio” al Coronel Mariano Martínez de Lejarza.³⁹

Dicha información se difundió no en una denominada *Gaceta*, sino en el *Registro Oficial del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos*, el 2 de agosto de 1832, en la página 384, segunda columna de dicha publicación, se le concede al Coronel Martínez, el uso exclusivo de una máquina de movimiento continuo, de la cual no se publicaron los diseños, debido a que el interesado solicitó quedaran ocultos, refiriendo al artículo 18 de la Ley.⁴⁰

Las compilaciones de Ker y Celis no hacen referencia sobre relación alguna entre las diversas publicaciones mencionadas y la publicación denominada *Diario Oficial*, pues consideran cada publicación como documentos totalmente independientes.

No obstante, esta duda la esclarece la Secretaría de Gobernación a través de una relación histórica que realiza del *Diario Oficial de la Federación*, y que inicia en 1810 cuando comienza a circular la *Gazeta del Gobierno de México*, para posteriormente denominarse *Gaceta Imperial de México* en 1821 y más tarde *Gaceta del Gobierno Imperial de México* en 1822. En abril de 1823, la publicación adoptó el nombre de *Gaceta de Gobierno Supremo de México*.

Durante el proceso de gestación y promulgación de la primera Constitución del México independiente en 1824, se denominó *Gaceta del Supremo Gobierno de la Federación Mexicana*, y entre 1824 y 1829 con Guadalupe Victoria como presidente: *Gaceta del Supremo Gobierno de la Federación Mexicana, Diario*

³⁹ Mendoza Solís, Vandari Manuel, *La dimensión social de las patentes mexicanas: evidencias históricas y estrategias heurísticas, 1832-1911*, México, Departamento de Historia Económica, 2015, 3, (UAM. Tesis Posdoctoral). Disponible en: https://www.ibcnetwork.org/gestion/uploads/news_events/document_20.pdf [Consultada: 7-julio-2022].

⁴⁰ México, *Registro Oficial del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos*, México, Impr. del Águila, 1832, Año 3, t. 8, no. 94, (2 de agosto), p. 384. Disponible en: <http://www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558075be7d1e63c9fea1a3ff?intPagina=4&tipo=publicacion&anio=1832&mes=08&dia=02> [Consultada: 18-octubre-2022].

Liberal de México, Gaceta Diaria de México, Gaceta del Gobierno Supremo de la Federación Mexicana, Correo de la Federación Mexicana y Repertorio Mexicano. “Los cambios de nombre que sufría el periódico oficial eran un reflejo de la inestabilidad política que vivía el país. Cada fracción o grupo político que llegaba al poder procedía a rebautizar el periódico a su gusto” ⁴¹.

Así es como en tiempos del presidente Anastasio Bustamante, el 22 de enero de 1830 aparece con el nombre de *Registro Oficial del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos*, y en su número 94, del 2 de agosto de 1832 se publica la primera patente con la iniciativa del entonces presidente Lucas Alamán quien, interesado en promover nuevas tecnologías e inversión extranjera, impulsa la publicación de la primera Ley sobre patentes.

Si bien es cierto que en 1832 no se denominaba *Gaceta*, sí se había llamado así, y continuaba siendo una publicación periódica cuyo objetivo era difundir noticias oficiales. De hecho, el primer número de esta publicación aclara que el gobierno dispuso que se dé una nueva forma a su antigua *Gaceta*, y que se publique todos los días con el nombre de *Registro oficial del gobierno* ⁴².

Con ello se puede concluir que si bien es cierto que no existió una *Gaceta* específica que difundiera la información de las patentes otorgadas, sí fue a través de un periódico oficial o gaceta denominada *Registro Oficial*, a través del cual se dio a conocer la primera patente bajo la Ley de Invenciones de 1832.

⁴¹ Secretaría de Gobernación, *Breve historia del Periódico Oficial en México*, México, SG, 2016. Disponible en: <http://www.dof.gob.mx/historia.php> [Consultada: 2-julio-2022].

⁴² México, *Registro Oficial del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos*, México, Impr. Del Águila, 1830, Año 1, no. 1, (22 de enero), p. 1. Disponible en: <http://www.hndm.unam.mx/consulta/resultados/visualizar/558075be7d1e63c9fea1a3ff?resultado=1&tipo=publicacion&intPagina=0> [Consultada: 11-mayo-2022].

En 1858, la “Ley de Invenciones” del 7 de mayo de 1832 es derogada por el Decreto publicado en el Diario Oficial del Supremo Gobierno el 1º. de diciembre de 1858, siendo presidente interino de la República Mexicana, Félix Zuloaga ⁴³.

Esta Ley se conformó de 69 artículos, se firmó el 3 de noviembre y se publicó casi un mes después. Es poco conocida, pero referenciada como la Ley del 3 de noviembre de 1858 por Vandari M. Mendoza, quien la considera “una de las legislaciones más relevantes en la historia del sistema mexicano de patentes” ⁴⁴, contrario a los comentarios de Edward N. Beatty, quien opina que se trata de “una traducción literal de la ley francesa del 5 de julio de 1844” ⁴⁵.

El artículo 14 de esta Ley establece, que la solicitud de la patente se publicará tres veces en el *Periódico Oficial*, y en otros dos de mayor circulación, con el fin de que se presenten oposiciones. El artículo 19 adiciona que cada tres meses publicará el Gobierno en el *Periódico Oficial*, la lista de las patentes y sus duplicados, que hayan sido expedidos.

Es así como se observa que se emplean tanto el *Diario Oficial del Supremo Gobierno* como *Boletines Oficiales*, como medios de difusión de las solicitudes de patente.

En la época novohispana, la producción de plata tenía un alto impacto en la economía del país, junto con el oro, el plomo, el estaño y el cobre, por lo que Antonio Barros y Miguel Varela presentan una solicitud, pidiendo privilegio exclusivo por doce años para beneficiar metales de plata en toda la República, publicada en el número

⁴³ México, “Decreto”, *Diario Oficial del Supremo Gobierno*, 1858, v.1, no. 307, (diciembre 1), pp. 1-3. Disponible en: <http://www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558075be7d1e63c9fea1a221?anio=1858&mes=12&dia=01&tipo=publicacion> [Consultada: 3-octubre-2022].

⁴⁴ Mendoza Solís, Vandari Manuel, *La dimensión social de las patentes mexicanas...*, *op. cit.*, p. 80.

⁴⁵ Beatty, Edward N., “Invención e innovación: ley de patentes y tecnología en el México del Siglo XIX”, *Historia Mexicana*, México, El Colegio de México, 1996, v. 45, no. 3, (enero-marzo), p. 595.

17 del *Boletín Oficial* del 12 de enero de 1859 ⁴⁶ y en el *Diario Oficial* el 7 de marzo de 1859 ⁴⁷.

El 28 de noviembre de 1889, surge la “Ley de Marcas de Fábrica” ⁴⁸, vigente a partir de 1o. de enero de 1890, conformándose solo de 19 artículos. Cabe subrayar que esta disposición es considerada el primer precepto que regulaba exclusivamente lo relacionado a marcas.

En cuanto a la publicación de la solicitud, el artículo 10 señala a la Secretaría de Fomento como la responsable de realizarla, no obstante, no aclara a través de qué publicación se realizaría. Los transitorios de esta ley no hacen referencia a una disposición legal anterior a 1889.

En este mismo año, la Oficina de Patentes y Marcas elaboró un Registro e inventario de marcas tramitadas entre el periodo de 1873 a 1889 ⁴⁹. En este listado se observa que la primera marca que se expidió a A. González y M. Delgadillo, el 4 de julio de 1873, y fue la marca “Los Orizaveños y Monzón”, para distinguir cigarros

⁴⁶ “Solicitud que hacen los Sres. D. Antonio Barros y D. Miguel Varela, pidiendo privilegio exclusivo por doce años para beneficiar metales de plata en toda la República, y que se publica conforme a la ley de 3 de noviembre del año próximo pasado”, *Boletín Oficial*, 1859, no. 17, (enero), p. 4. Disponible: <http://www.hndm.unam.mx/consulta/publicacion/visualizar/558a33b67d1ed64f1699fe9b?intPagina=4&tipo=pagina&palabras=patente&anio=1859&mes=01&dia=12&butlr=lr> [Consultada: 19-abril-2022].

⁴⁷ “Solicitud que hacen los Sres. D. Antonio Barros y D. Miguel Varela, pidiendo privilegio exclusivo por doce años para beneficiar metales de plata en toda la República, y que se publica conforme a la ley de 3 de noviembre del año próximo pasado”, *Diario Oficial del Supremo Gobierno*, 1859, v.2, no. 370, (marzo 7), p. 1. Disponible en: <http://www.hndm.unam.mx/consulta/resultados/visualizar/558a33b87d1ed64f169a1e0f?resultado=9&tipo=pagina&intPagina=1&palabras=patente> [Consultada: 17-noviembre-2022].

⁴⁸ Dublán, Manuel y Lozano, José María, “Ley de marcas de fábrica”, *Legislación Mexicana, ó Colección completa de las disposiciones legislativas expedidas desde la Independencia de la República (continuación de la ordenada por Manuel Dublán y José María Lozano)*, Dublán, Adolfo y Esteva, Adalberto A (comp.), México, Impr. de E. Dublán, 1897, v. 29, (no. 10,637), pp.786-788. Disponible en: http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080042593_C/1080043033_T19/1080043033_161.pdf [Consultada: 7-julio-2022].

⁴⁹ México, *Registro e Inventario de Marcas no. 1. Primera parte*, México, Oficina de Patentes y Marcas, Archivo, 1889, 114 p.

y puros. De hecho, es la primera gaceta sobre marcas, con la que cuenta el IMPI, y se encuentra digitalizada para consulta en su portal.

El 7 de junio de 1890 se deroga la Ley de Invenciones mediante el Decreto de la Secretaría de Fomento que expide la Ley sobre patentes de invención o perfeccionamiento.

En esta Ley ya no se habla de una Gaceta para la difusión de las patentes. El artículo 19 establece que la solicitud deberá ser publicada en el *Diario Oficial de la Federación*, durante diez meses, de diez en diez días. Esta reiterada publicación tenía como objeto el admitir cualquier oposición que se presentase ⁵⁰.

Es importante subrayar que el artículo 45 menciona la “posible” creación de una Oficina Especial de Patentes, anexa a la Secretaría de Fomento. No obstante, como lo aclara Edward Beatty, no se exige que el Ejecutivo efectivamente estableciera una Oficina de Patentes ⁵¹.

No obstante la existencia de una legislación, no se tiene noticia de la expedición de patentes en esta época, y la idea de una Gaceta de patentes y marcas no se materializó aún.

Sin embargo, existe una compilación realizada de 1905 a 1912, cuyo primer número sólo se denominó *Patentes expedidas*, la cual sólo se trataba de un listado de expedientes y legajos, en donde se asignaba un número, el nombre del solicitante, el “objeto del privilegio” como se denominó a la descripción breve de la patente, y algunas observaciones.

La segunda parte de esta compilación se denominó *Lista de las patentes por orden de clase y subclases que se expidieron conforme á la Ley de 7 de junio de*

⁵⁰ Dublán, Manuel y Lozano, José María, “Ley de patentes de invención ó perfeccionamiento”, *Legislación Mexicana, ó Colección completa de las disposiciones...*, v. 20, (no. 10,876), pp.179-183. Disponible en: http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080042593_C/1080044604_T20/1080044604_054.pdf [Consultada: 13-julio-2022].

⁵¹ Beatty, Edward N., *op. cit.*, p. 599.

1890, así como de los expedientes que no se tramitaron desde esa fecha hasta septiembre de 1903.

Este registro fue mucho más elaborado y detallado. Primero incluyó la Clasificación de clases, de la “A” a la “T” y sus correspondientes subclases, para posteriormente por clases enlistar las patentes bajo un orden alfabético por el nombre del titular, después indica el país, el número de la patente, el título de ésta, la fecha y el número de expediente. Esta segunda obra está fechada en 1905.

La tercera parte se titula *Registro alfabético por nombres e inventores correspondiente a las patentes y expedientes de la Ley del 7 de junio de 1890*, y está impreso en 1910.

También se enlista las patentes bajo un orden alfabético por el nombre del titular, el título de la patente y su número, la fecha y el número de expediente.

Dos años después, en 1912 aparece la *Lista de clases y subclases de las patentes que se expidieron conforme a la Ley de 7 de junio de 1890 hasta el 30 de septiembre de 1903, así como los expedientes que no se tramitaron en ese mismo periodo*.

Después de proporcionar la estructura de las clases y subclases, se enlista bajo la clase correspondiente, el nombre del titular, el país de origen, el título de la patente, la fecha y el número del expediente, bajo un orden cronológico.

En lo que respecta a las marcas, existe *el Inventario y Registro por numeración progresiva de expedientes de marcas, correspondientes a la Ley del 28 de noviembre de 1889*, el cual numera los expedientes y proporciona el número del solicitante, el nombre de la marca y los artículos que ampara. Incluye algunas observaciones y guarda un orden cronológico.

Nótese que existen estos registros, gracias a la labor de la Oficina de Patentes y Marcas de la Secretaría de Fomento que durante el periodo de 1910 a 1912 se dio a la tarea de recopilar toda esta información, y que el IMPI de manera digital, pone a disposición de todo el público.

Posteriormente, el 25 de agosto de 1903, se publican tanto la Ley de Patentes de Invención ⁵², como la Ley de Marcas Industriales y de Comercio ⁵³, en la cual se menciona que el titular de un nombre comercial tenía el derecho exclusivo a usarlo sin necesidad de registro y podía publicarlo en la *Gaceta Oficial de Patentes y Marcas*.

La Ley de Patentes de Invención de 1903 se conformó de 121 artículos. Esta Ley deroga la Ley del 7 de junio de 1890, y el artículo 101 establece que será la Oficina de Patentes quien publicará un periódico o *Gaceta Oficial*, de la Oficina de Patentes y Marcas, quien a su vez publicará todas las patentes y marcas concedidas.

Es la primera ocasión en que se destina una publicación específica para las patentes y marcas, y la primera vez en que éstas se contemplan conjuntamente.

En cuanto a la Ley de Marcas Industriales, se conformó de 93 artículos. El artículo 93 refiere a la derogación de la Ley del 28 de noviembre de 1889. Los artículos 74 y 80 hacen referencia a la publicación de las marcas en *la Gaceta Oficial de Patentes y Marcas* también.

Finalmente, el 31 de diciembre de 1903 se ponen en circulación, el primer número de la denominada *Gaceta de Marcas de Fábrica, de Comercio y de Avisos Comerciales* y el primer número de la *Gaceta de Patentes* expedidas, que inicialmente sólo se conformó de un Listado de expedientes.

Ambos pueden localizarse en formato digital, en el portal del IMPI, bajo “búsqueda de ejemplares”.

⁵² Dublán, Manuel y Lozano, José María, “Ley de patentes de invención”, en *Colección legislativa completa de la República Mexicana...*, v. 35, pp. 865-884. Disponible en: http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080042593_C/1080047213_T35/1080047213_195.pdf [Consultada: 7-noviembre-2022].

⁵³ Dublán, Manuel y Lozano, José María, “Ley de marcas industriales y de comercio”, en *Colección legislativa completa de la República Mexicana...*, v. 35, pp.884-897. Disponible en: http://cdigital.dgb.uanl.mx/la/1080042593_C/1080047213_T35/1080047213_198.pdf [Consultada: 17-noviembre-2022].

A partir de entonces, el objetivo que nos atañe y el medio que se pretende analizar en este estudio, estaba por definirse.

3.2 Objetivo

El hecho de que una nueva disposición sobre patentes y otra sobre marcas se publicaran en la misma fecha, y que en ellas se determinara una publicación o *Gaceta* específica para difundir las marcas y las patentes, y que además finalmente esta difusión se hiciera evidente, no es una mera coincidencia.

México ya se proyectaba a nivel internacional, con su adhesión a la Convención de París en 1903. A esta época Igor Sabada la designa la segunda fase en la “genealogía de la propiedad intelectual en el mundo occidental moderno” y la reconoce como “consolidación local y el primer salto internacional”⁵⁴.

Méndez Cruz por otro lado considera, que es este momento cuando verdaderamente se le “da forma y estructura a la legislación interna, pero con un apego irrestricto a los principios fijados internacionalmente.”⁵⁵

México al unirse a la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial, debe ajustarse a las disposiciones que marca dicho instrumento internacional. El artículo 12 indica que cada país se compromete a “establecer un servicio especial de la propiedad industrial y una oficina central para la

⁵⁴ Sabada Rodríguez, Igor, *Sociología de la propiedad intelectual en la era global*, Madrid, 2007, (Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Tesis doctoral), p. 367.

⁵⁵ Méndez Cruz, José Ricardo (octubre, 2014), “Las patentes en México a 20 años de la adopción del Acuerdo sobre aspectos de propiedad Intelectual relacionados con el comercio (ADPIC)”, *XXI Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática*, México, UNAM; Facultad de Contaduría y Administración, División de Investigación, 2014, p. 6. Disponible en: <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2014/2.10.pdf> [Consultada: 1-noviembre-2022].

comunicación al público de las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales y las marcas de fábrica o de comercio.”⁵⁶

Esta suscripción al Convenio obliga a México a comenzar a organizar y formalizar una oficina central que diera estructura y difusión a todo lo relacionado a la propiedad industrial a nivel nacional e internacional.

Definitivamente es a partir de 1903 que se define un objetivo, un rumbo más claro de nuestro país con relación a la propiedad industrial nacional e internacional. A partir de esta fecha el objetivo estaba planteado.

Cabe señalar que tanto la *Gaceta de Marcas de Fábrica, de Comercio y de Avisos Comerciales* y la *Gaceta de Patentes* tuvieron una aparición anual de 1904 hasta 1967.

El 27 de julio de 1928 se publica en el DOF la “Ley de Marcas y Avisos y Nombres Comerciales” y la “Ley de Patentes de Invención”, abrogando las Leyes de 1903. En esta época la *Gaceta Oficial*, de la Oficina de Patentes y Marcas, reúne en una misma publicación, las *Patentes* y las *Marcas de Fábrica y de Comercio*.

3.3 La Gaceta de la Propiedad Industrial

El 31 de diciembre de 1942, se publican en el DOF la LPI y su Reglamento. La Ley se conformó de 276 artículos y por primera vez se regula el aspecto de las marcas y las patentes en una sola disposición, razón por la cual en el artículo 22 transitorio se abrogan la “Ley de Patentes de Invención” y la “Ley de Marcas y de Avisos y Nombres Comerciales” de 1928.

Hasta enero de 1976 se observa la impresión de la *Gaceta de la Propiedad Industrial*, pero con la Ley de Invenciones y Marcas de febrero de 1976 la

⁵⁶ OMPI, *Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial*, París, Francia, 20 de marzo de 1883. Disponible en: https://www.wipo.int/treaties/es/text.jsp?file_id=288515#P31_999 [Consultada: 17-septiembre-2022].

publicación se denominaba *Gaceta de Invenciones y Marcas*, que registra tanto lo relacionado con las patentes como las marcas.

El 27 de junio de 1991, se publica la LFOPPI. El artículo 8o. de esta disposición sólo refiere que a través de una *Gaceta* editada trimestralmente se harán las publicaciones a las que la Ley hace referencia y adiciona que deberá precisarse la fecha de puesta en circulación de la publicación. La *Gaceta* continuó con el nombre de *Gaceta de Invenciones y Marcas*.

El 2 de agosto de 1994, esta Ley se reforma, cambiando su denominación a “Ley de la Propiedad Industrial”, para posteriormente publicarse el Reglamento de esta ley el 23 de noviembre de 1994, en donde refiere en su artículo 2o. a la *Gaceta de la Propiedad Industrial*, y es precisamente el ejemplar de noviembre de 1994 el primero con el nuevo nombre con el que la conocemos en la actualidad.

El IMPI ya había sido creado a finales de 1993, por lo que la *Gaceta* finalmente se convierte en el medio a través del cual este organismo publica y notifica lo que la LPI establece, convirtiéndose en el órgano de difusión legal de toda la información relacionada con la propiedad industrial en México.

Desde 1993 la *Gaceta* apareció de manera impresa hasta 2008 que el IMPI comienza a emitirla electrónicamente a través del Sistema de Información de la *Gaceta de la Propiedad Industrial* (SIGA).

El título general de esta publicación es de *Gaceta de la Propiedad Industrial*. Todas, absolutamente todas las gacetas se denominan así, pero según el tema o información que comprenden varía el subtítulo.

Sujeta a los cambios en la legislación en la materia, han aparecido nuevos subtítulos recientemente.

Su periodicidad también varía, hay gacetas que se publican diariamente, otras mensualmente e incluso otras sólo cada año. Cada día aparecen en el portal del IMPI, un promedio de siete subtítulos de la *Gaceta*.

Actualmente son veinticinco subtítulos los que circulan:

- Conservación de los Derechos
- Denominaciones de Origen
- Ejemplares Extraordinario
- Fe de erratas publicada por la Dirección Divisional de Marcas
- Licencias, Transmisiones y Cambios en Solicitudes, Patentes y Registros
- Marcas Registradas, Avisos y Nombres Comerciales
- Notificación de resoluciones, requerimientos y demás actos (Notificaciones de marcas)
- Notificaciones de la Dirección Divisional de Patentes (Notificaciones de patentes)
- Notificaciones de Protección a la Propiedad Intelectual
- Oficios referentes a Signos Distintivos
- Oposición a Solicitudes de Marcas, Avisos y Nombres Comerciales
- Patentes, Registros de Modelos de Utilidad y de Diseños Industriales
- Patentes vigentes que incumplen lo dispuesto en el artículo 162 LFPPPI
- Patentes vigentes susceptibles de ser empleadas en medicamentos alopáticos, artículo 162 LFPPPI
- Patentes Vigentes que incumplen lo dispuesto en el artículo 162 LFPPPI
- Protección a la Propiedad Intelectual
- Protección a la Propiedad Intelectual (Publicación de Acuerdos por Estrados y Varios)
- Requisitos de Examen de Forma y Fondo, Abandonos de Solicitudes de Patentes y Registros
- Solicitudes de Marcas, Avisos y Nombres Comerciales presentadas ante el Instituto
- Solicitudes de Marcas, Nombres Comerciales y Avisos Comerciales Abandonadas

- Solicitudes de Patente, de Registros de Modelo de Utilidad y de Diseños Industriales
- Solicitudes de Patente de Uso Libre e Invenciones del Dominio Público.
- Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, Parte I
- Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, Parte II
- Lista Complementaria a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios

A partir de las reformas a la LPI del 18 de mayo del 2018 se agregaron a la lista de Gacetas los tres subtítulos referentes a “Notificaciones”, la Gaceta de Notificaciones a la Propiedad Industrial y la de Marcas prácticamente se publican diariamente. En lo que respecta a la Gaceta de Notificaciones de Patentes dos entregas por semana.

Con la nueva LFPPI de 2020 surgieron nuevos subtítulos como la “Gaceta de Patentes susceptibles de ser empleadas en medicamentos alopáticos, artículo 62 LFPPI” y la “Gaceta de Patentes vigentes que incumplen lo dispuesto en el artículo 162 de la LFPPI”.

Las Gacetas de la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas y su Lista Complementaria sólo se publican el último día del año que el IMPI labora, que generalmente es el 19 o 20 de diciembre y se adaptan a los últimos cambios realizados por el Comité de Expertos de la Unión de Niza.

En lo que respecta a la Gaceta de Protección a la Propiedad Intelectual (GPPI), en donde se incluye un apartado relacionado con Marcas Notorias y Famosas, tema sustancial del presente trabajo, esta publicación integra la información referente a aprobación de declaratorias de marcas notoriamente conocidas y famosas y sus actualizaciones, desechamiento o negativa de solicitudes, o bien desistimiento de estas.

El primer ejemplar de esta Gaceta fue puesto en circulación el 23 de abril del 2009, incorporando información de noviembre del 2008, y no obstante que a partir de ese año la Gaceta de la Propiedad Industrial ya es difundida en formato digital a través de la base de datos SIGA, que permite su clasificación, divulgación y consulta, el usuario se pierde en un mundo de información electrónica y simplemente no le es posible localizar esta información debido a que su difusión es deficiente.

Los siguientes procedimientos que emplean ambas bases de datos, SIGA y MARCia, evidencian una exclusión o laguna respecto a las marcas notorias y famosas bajo los siguientes argumentos:

- a) No existe una Gaceta exclusiva para marcas notorias y famosas. De los 25 subtítulos con los que actualmente cuenta la Gaceta de la Propiedad Industrial, ninguna gaceta se denomina o incluye en su título “Marcas Notorias y Marcas Famosas”, por lo que ya de principio el usuario ignora en cuál de los 25 subtítulos deberá buscar dicha información.
- b) Al consultar la base de datos SIGA bajo **Búsqueda simple** en la liga <https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf>, y solicitar un listado de este tipo de marcas bajo las voces: *marca famosa, marca conocida, marca notoria, fama, notoriedad y declaratoria*, la base sólo arroja algunas marcas cuya denominación incluyen el término “famosa”, pero no las declaratorias de notoriedad y fama propiamente dichas.
- c) A través de <https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf>, la selección **Búsqueda por sección** es otra opción en SIGA. Rastrear las declaratorias de notoriedad y fama bajo “Gaceta de Marcas” sólo restringe la búsqueda a las secciones de: “Avisos Comerciales”, “Fe de Erratas de Avisos Comerciales Registrados (julio 2016)” “Fe de Erratas de Inscripción de Cancelación Parcial (julio 2016)”, “Fe de Erratas de Inscripción de Cancelación Parcial (julio 2016)” “Fe de Erratas de Inscripción de Limitación (julio 2016)”, “Fe de Erratas de Limitación de

Productos Favorables de Marcas (julio 2016)”, “Fe de Erratas de Marcas Registradas (julio 2016)” “Fe de Erratas de Renovación (julio 2016)” “Marcas Registradas” y “Nombre Comerciales Publicados”, pero no se ofrece la opción de marcas famosas y notorias.

- d) Otra alternativa lo es la **Búsqueda especializada** en “Marcas” bajo <https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf>. En donde a pesar de los nemónicos o palabras clave que despliega esta elección, no es factible localizar las declaratorias.

La mayoría de los usuarios no cuentan con todos los datos que requieren para realizar esta búsqueda, tales como titular, fecha de concesión, registro, folio/salida, número de oficio, solicitante y denominación entre otros. No obstante, en el supuesto de que se conozca la denominación de la marca famosa o notoria y se realizara la búsqueda mediante ésta, el listado que arroja el buscador no incluye la declaratoria requerida.

- e) Existe otra opción, la **Búsqueda de ejemplares** bajo el enlace <https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf>, seleccionando el “Área de Marcas”, pero este formato sólo ofrece las Gacetas de “Clasificador de Niza”, “Conservación de Derechos”, “Denominaciones de Origen”, “Fe de erratas”, Lista Complementaria a la Clasificación de Marcas”, “Marcas”, “Notificaciones de Marcas”, “Oficios referentes a Signos Distintivos”, “Oposición a Solicitudes Presentadas”, “Solicitudes de Marcas, N.C y A.C. Abandonadas” y “Solicitudes de Marcas, N.C. y A.C. Presentadas”, pero las declaratorias de notoriedad y fama una vez más, tampoco figuran en este tipo de búsqueda.

Once años después, en mayo del 2020, el IMPI lanza una nueva herramienta de búsqueda de marcas mediante inteligencia artificial denominada MARCia y los resultados respecto a la búsqueda de marcas notorias y famosas con esta base de datos evidencia una gran mejora; no obstante aún hay deficiencias:

- f) Al consultar MARCia bajo el enlace <https://marcia.impi.gob.mx/>, empleando las mismas voces de: *marca famosa*, *marca conocida*, *marca notoria*, *fama*, *notoriedad* y *declaratoria*, la base arroja un buen número de marcas cuya denominación es o incluye el término “famosa”, pero no provee resultados respecto a las declaratorias de notoriedad y fama.
- g) Si se elige **Opciones avanzadas** en el enlace <https://marcia.impi.gob.mx/marcas/search/quick>, la historia es otra, ya que despliega diversas alternativas de búsqueda, entre las que destaca “Selecciona el tipo de solicitud” en donde sí ofrece los vocablos “Marcas famosas” y “Marcas notorias”, y al elegir uno o ambos al mismo tiempo y asignar la búsqueda, suministra un listado de 151 resultados en donde se proporcionan: número de expediente, la imagen de la marca, la denominación de la marca, el tipo de solicitud indicando si se trata de una marca famosa o una marca notoria y el estatus del proceso o asunto.

Con este listado, pareciera que el problema está resuelto, pues finalmente se cuenta ya con un listado de marcas famosas y con un listado de marcas notorias, pero pese a esta mejora, siguen sin recuperarse las declaratorias.

Si se selecciona uno de los resultados del listado se observa que se proporcionan datos como: denominación, número de expediente, fecha de presentación, tipo de solicitud, clase, figura de la marca y finalmente una descripción en donde se proporciona un registro base, un número de expediente y un número de oficio, pero no ofrece el documento de la declaratoria.

Por otro lado, pudiera pensarse que con los datos que proporcionan es factible localizar las declaratorias, pero lamentablemente no es así. Ni en MARCia ni en SIGA pueden localizarse con estos datos. Con la fecha de presentación que proporciona se acerca mucho a la fecha de puesta en circulación de la Gaceta, pero hay que insistir que no se trata de la fecha exacta. Además de que nuevamente el usuario desconoce en cuál de los 25 subtítulos aparecen las declaratorias, pues no se proporciona el nombre ni la fecha exacta de la publicación.

Una vez más se ignora u omite restituir esta deficiencia, por lo que nuevamente persiste una limitante de acceso a la información sobre marcas notorias y famosas.

La búsqueda en las bases de datos llega a ser muy compleja, exige mucho tiempo para finalmente no localizar la información, resultando en gran desventaja para titulares y usuarios en general. El IMPI no está cumpliendo íntegramente, no está difundiendo ni protegiendo toda la información sobre propiedad industrial, ni garantizando el derecho de acceso a la información plenamente.

Además, como se detallará en el Capítulo Sexto referente al “Catálogo de Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas”, al registrar y analizar todas las declaratorias publicadas hasta la fecha, se observa información incompleta, inexactitudes y omisiones verdaderamente significativas, no obstante el empleo de inteligencia artificial.

Por tal motivo, primero se incorporó el capítulo subsecuente, pues es necesario conocer la estructura de SIGA, el manejo y empleo de diversos tipos de búsquedas en esta base de datos, para constatar sus limitaciones respecto a las declaratorias, y posteriormente se construyó un Catálogo dividido en dos registros: “Marcas Notorias” y “Marcas Famosas”, a fin de que una vez que la información está estructurada y ordenada, nos permita evaluar y analizar todo lo que sobre este tema se ha publicado en la Gaceta de Protección a la Propiedad Intelectual a lo largo de más de una década.

Este examen como ya se mencionó, si bien ha permitido advertir errores, también ha provocado el planteamiento de diversas sugerencias sobre cómo subsanar dichas fallas. Tales propuestas serán definidas más adelante a partir de la página 143 del presente estudio.

CAPÍTULO CUARTO: EL SISTEMA DE GACETAS DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (SIGA)

4.1 Concepto

El IMPI cuenta con SIGA, que es una base de datos pública en internet y en la que está integrada toda la información que aparece en las Gacetas. Esta base permite la búsqueda y recuperación de todos los registros y solicitudes de marcas, patentes, denominaciones de origen, diseños industriales, nombres comerciales, avisos, etc., solicitados y otorgados, todo trámite que sobre información industrial realiza el IMPI y que es publicado en su órgano oficial de difusión, la Gaceta de la Propiedad Industrial en todos sus subtítulos o temas.

El mismo artículo 5o., fracción XIX, de la LFPPI, además le otorga al Instituto la facultad de “difundir, asesorar y dar servicios al público en materia de propiedad industrial”⁵⁷.

SIGA es el portal oficial de la Gaceta de la Propiedad Industrial del IMPI y fue liberado en 2009.

Como lo define la Guía del Usuario para Marcas del IMPI, SIGA es un servicio que permite realizar búsquedas de información en “millones de fichas publicadas en la Gaceta de la Propiedad Industrial entre los años de 1873 a la fecha para registros de marcas, nombres comerciales y avisos comerciales; también se podría buscar sobre datos correspondientes a las notificaciones y declaraciones administrativas de las áreas de protección de la propiedad intelectual y asuntos jurídicos; y a la transmisión y conservación de derechos correspondientes al área de marcas.”

Del mismo modo se encuentran disponibles para su consulta en formato *pdf* (*portable document format*), todos los ejemplares de la colección de la Gaceta de la Propiedad Industrial con que cuenta el IMPI, incluyendo gacetas desde 1873.

⁵⁷ México, *Ley federal de protección a la propiedad industrial*, op. cit., p. 2.

Así mismo, como ya se mencionó, el sistema cuenta con la interfaz ViDoc, a través de la cual es posible mostrar los documentos y expedientes disponibles al público en general, relacionados con marcas, patentes y asuntos contenciosos.

A ello se suma un visor de documentos en *PDF* el cual permite una activa consulta de las gacetas en línea.

Bien podría referirse al SIGA como la base de datos del sistema nacional de la propiedad industrial en México.

4.2 Objetivo

El objetivo del este sistema es que sirva de herramienta a través de la cual se difunda la colección completa de la Gaceta de la Propiedad Industrial, se conozca la fecha de su puesta en circulación, se consulte y se descargue de manera electrónica.

El principal objetivo del SIGA es fortalecer el sistema de propiedad industrial en México, mediante la modernización y apertura a nuevos mercados, optimizando los servicios a fin de garantizar un Sistema de Propiedad Industrial eficiente y eficaz que genere certeza jurídica.

Para ello, el SIGA ofrece varios tipos de búsquedas que dirigen al usuario al acervo digital, mediante el despliegado de registros o gacetas.⁵⁸

Las diversas clases de búsqueda obedecen a cierto tipo de usuario, a su conocimiento y experiencia en el tema de la propiedad industrial, a los datos o información con la que cuenta, y a la precisión de su búsqueda; es decir, que tenga claro qué es lo que realmente está buscando y/o qué pretende encontrar.

⁵⁸ IMPI, *Buscador SIGA 3.0: Manual del usuario*, México, IMPI, 2017, 22 p. Disponible en: https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/resources/manuales/Manual_Usuario_Buscador_3.0_vgob.pdf [Consultada: 19-noviembre-2022].

4.3 Búsqueda por ejemplares

Es una de las opciones de búsqueda más sencilla y práctica. Por supuesto, siempre y cuando se conozca la fecha exacta, o se tenga determinado un periodo en particular.

Dependiendo del área en la que se esté buscando, las opciones a seleccionar son: “extraordinarios”, “patentes”, “marcas” y “contencioso” (Fig. 1).

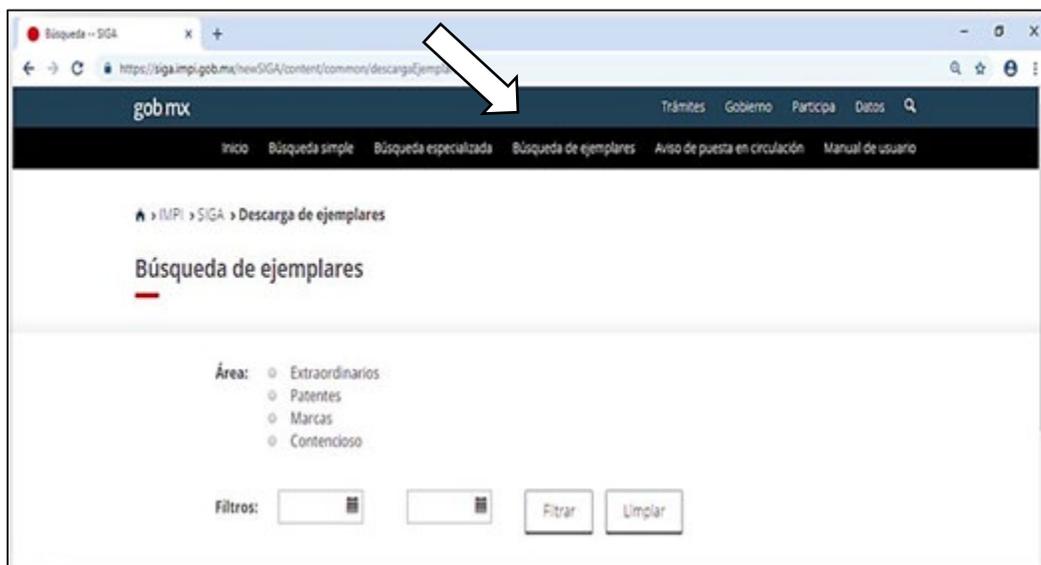


Fig.1

Una vez seleccionada el área, el sistema despliega todos los títulos de gacetas comprendidas en el ámbito seleccionado. Por ejemplo, si se elige “patentes”, aparecerá un listado de las gacetas relacionadas como: “Licencias, transmisiones y cambios de patentes, registros de modelos de utilidad y diseños industriales”, “Patentes Vigentes de Medicamentos”, “Requisitos forma y fondo, y abandonos notificados”, etc., etc. (Fig. 2).

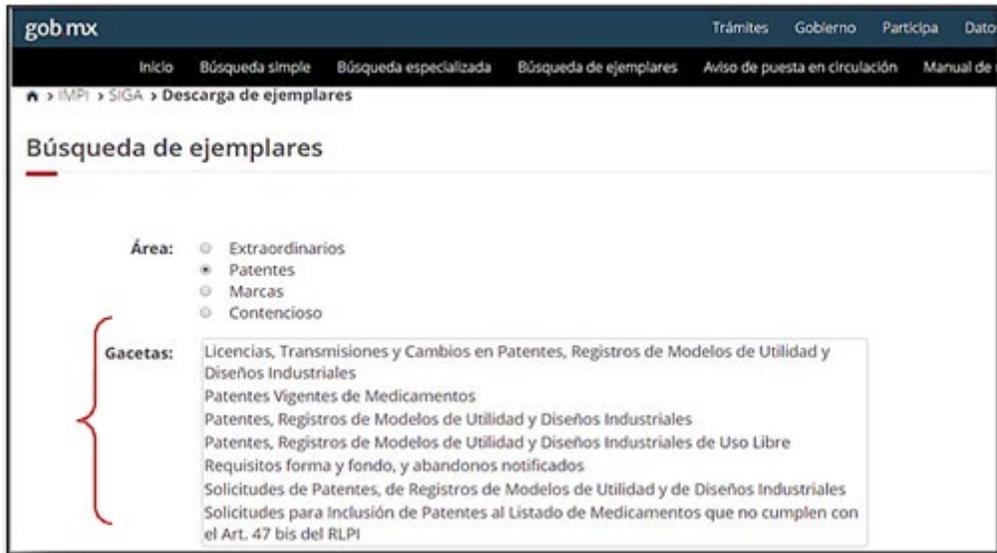


Fig. 2

Si se conoce o tiene idea de la fecha que se pretende localizar, es posible acotar o definir más la búsqueda, delimitando mediante el filtro, el periodo en que se desea se restrinja el rastreo (Fig. 3 y 4).

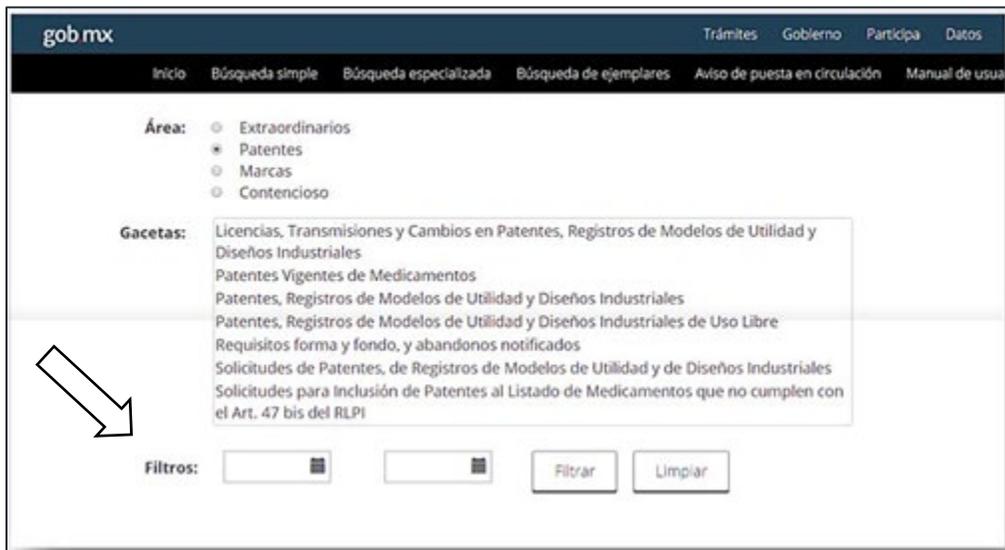


Fig. 3

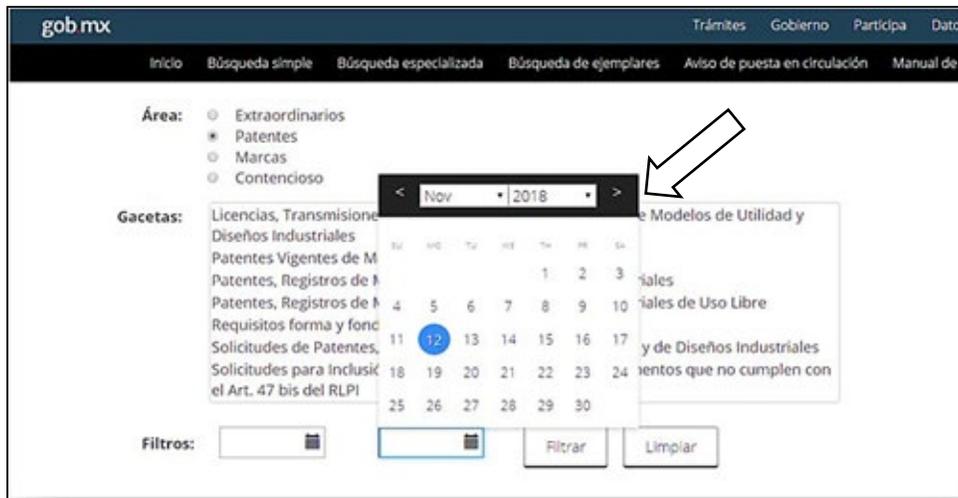


Fig. 4

Una vez elegidos el área, el título de la Gaceta a buscar y el periodo seleccionando, el sistema desplegará un listado ascendente, de todos los ejemplares del título seleccionado en orden cronológico.

El listado que proporcionará incluye el año de la publicación, el periodo que cubre la gaceta (mes), la fecha de la puesta en circulación de la gaceta, y el oficio de la fecha de puesta en circulación, a partir de la cual correrán los términos legales (Fig. 5).

Solicitudes de Patentes, de Registros de Modelos de Utilidad y de Diseños Industriales									
Fecha de Puesta en Circulación:		2020/01/01		2021/03/05		Filtrar		Limpiar	
Año	Periodo	Título	PDF	XML	Fecha de Puesta en Circulación	Oficio de Puesta en Circulación			
2021	Febrero				22 de febrero de 2021	SIGA_2021_168.pdf			
2021	Enero				29 de enero de 2021	SIGA_2021_085.pdf			
2020	Diciembre				18 de diciembre de 2020	SIGA_2020_813.pdf			
2020	Noviembre				30 de noviembre de 2020	SIGA_2020_734.pdf			
2020	Octubre				30 de octubre de 2020	SIGA_2020_635.pdf			
2020	Septiembre				30 de septiembre de 2020	SIGA_2020_521.pdf			
2020	Agosto				31 de agosto de 2020	SIGA_2020_422.pdf			
2020	Julio				30 de julio de 2020	SIGA_2020_324.pdf			
2020	Febrero				28 de febrero de 2020	SIGA_2020_190.pdf			
2020	Enero				31 de enero de 2020	SIGA_2020_093.pdf			
2019	Diciembre				20 de diciembre de 2019	SIGA_2019_1142.pdf			
2019	Noviembre				29 de noviembre de 2019	SIGA_2019_1058.pdf			

Fig. 5

El oficio puede descargarse; así como el ejemplar de la gaceta en formatos *pdf* y *xml* de manera electrónica.

Esta búsqueda puede realizarse bajo el enlace:

<https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf>

4.4 Búsqueda simple

En esta búsqueda se requiere primero seleccionar el área, tema, o “figura jurídica” en la que se va a explorar, ya sea: “patentes”, “marcas”, “contencioso”, o “todas” (Fig. 6).



Fig. 6

Posteriormente se deberán definir los criterios o resultados que se pretenden obtener, dependiendo de la palabra o palabras que se incluirán en la búsqueda. Es decir, se deberá precisar si se pretenden resultados con una “frase exacta”, en donde se considera el orden previamente determinado por el usuario; o bien con “todas las palabras”, sin obedecer un orden; y por último considerando “alguna de las palabras” escritas en el marco de “búsqueda” (Fig. 7).



Fig. 7

También es posible definir la estructura de los resultados que se pretenden obtener, que puede ser “cronológica” o por “relevancia” y “solo imagen” o mixto, con “datos e imagen”. También es factible solicitar que los resultados se presenten en bloques de 25, 50 o 75 referencias (Fig. 8).



Fig. 8

Finalmente, en el marco de búsqueda se escribe la palabra, palabras o frase deseadas, y se pulsa la opción “buscar” y el buscador rastrea en todos los registros previamente definidos.

Esta búsqueda se realiza bajo:

<https://siqa.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/busquedaSimple.jsf>

4.5 Búsqueda especializada

Se trata de una investigación particular, que permite estructurar búsquedas más complejas.

Al igual que las anteriores opciones, se requiere especificar el área: “patentes”, “marcas” o “contencioso”. Se requiere determinar la presentación de resultados en forma “cronológica”, “por relevancia”, y “datos e imagen” o “sólo imagen”. También permite definir el número de resultados por bloque de 25, 50 o 75 (Fig. 9).

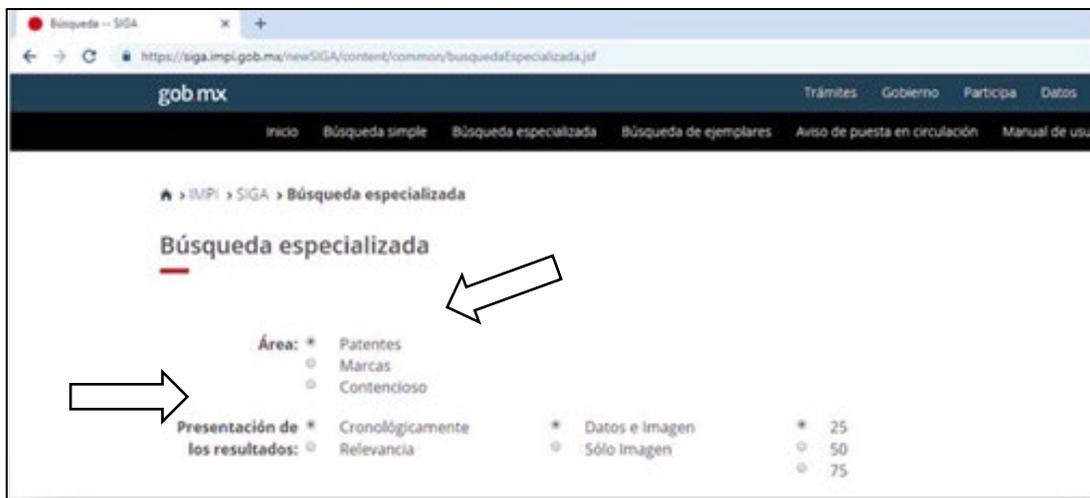


Fig. 9

Solicita concretar la figura jurídica, esto es: “patentes de invención”, “patentes de modelo”, “registros de modelo”, “trazados de circuitos”, “certificados de invención”, “diseños industriales” y “modelos de utilidad” (Fig. 10).

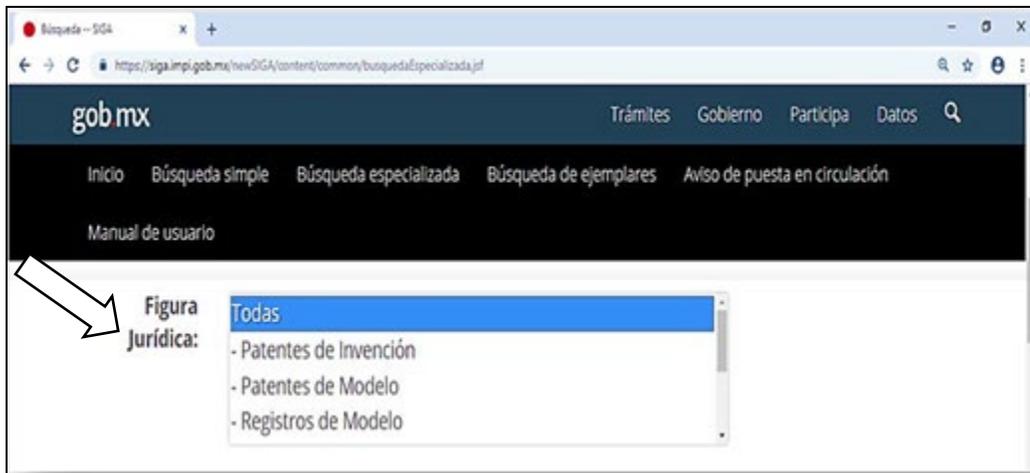


Fig. 10

También permite adicionar “nemónicos” o comandos que ayuden a identificar o precisar el resultado en la base de datos, en la búsqueda específica del “agente, apoderado”, “CPC” (Clasificación Cooperativa de Patentes), “cesionario”, “clase”, “denominación genérica”, “divisional de patente”, “fecha de estatus”, “licenciatarario”, “número de publicación internacional”, “oficio”, “reivindicaciones”, etc., etc. (Fig. 11).

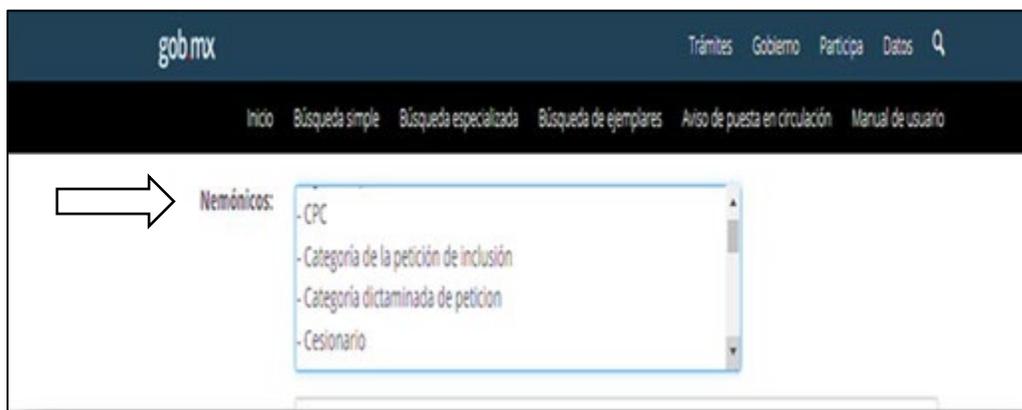


Fig. 11

El emplear nemónicos permite hacer uso de los operadores booleanos AND, OR y NOT. Esta opción admitirá combinar o conectar palabras, decidir por dos opciones y descarta o excluir elementos en la búsqueda.

También es factible el empleo de paréntesis para agrupar los términos, y las comillas para una búsqueda exacta (Fig. 12).



Fig. 12

El empleo del “rango de fechas”, mediante el uso del calendario, reducirá el tiempo de búsqueda y el número de resultados. También ayudará mucho el contar con la fecha de puesta en circulación del ejemplar (Fig. 13)

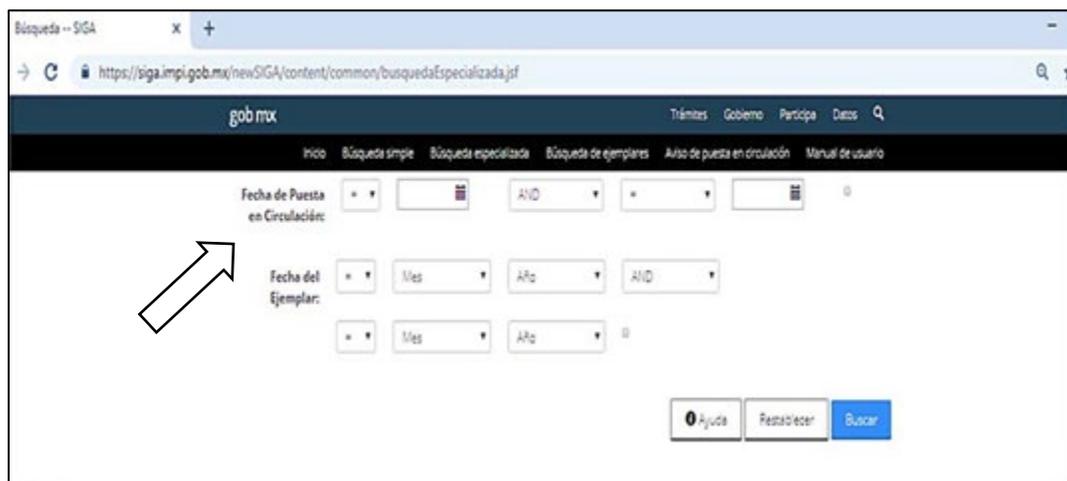


Fig. 13

Esta herramienta pudiera resultar confusa para quien no está muy adentrado en el campo de la propiedad industrial, por lo que es preferible optar por cualquiera de las dos opciones de búsqueda anteriores, las cuales son más sencillas en su manejo. Es posible hacer una búsqueda de este tipo en <https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf> ⁵⁹

⁵⁹ IMPI, *Gaceta de la propiedad Industrial. Inicio*, México, IMPI, 216. Disponible en: <https://siga.impi.gob.mx/newSIGA/content/common/principal.jsf> [Consultada: 21-septiembre-2022].

4.6 Búsqueda por sección

Este tipo de búsqueda es reciente. Se incorporó en el año 2020. Permite que seleccionando el área: “Patentes”, “Marcas” o “Contencioso”, despliegue todas las gacetas relacionadas con el área seleccionada, lo que, a su vez, al elegir la gaceta, despliega las diversas secciones que la conforman. Una vez definido esto, si se cuentan con ciertos datos como el titular, el número de expediente, la fecha de presentación, etc., la búsqueda será más definida y precisa (Fig. 14).

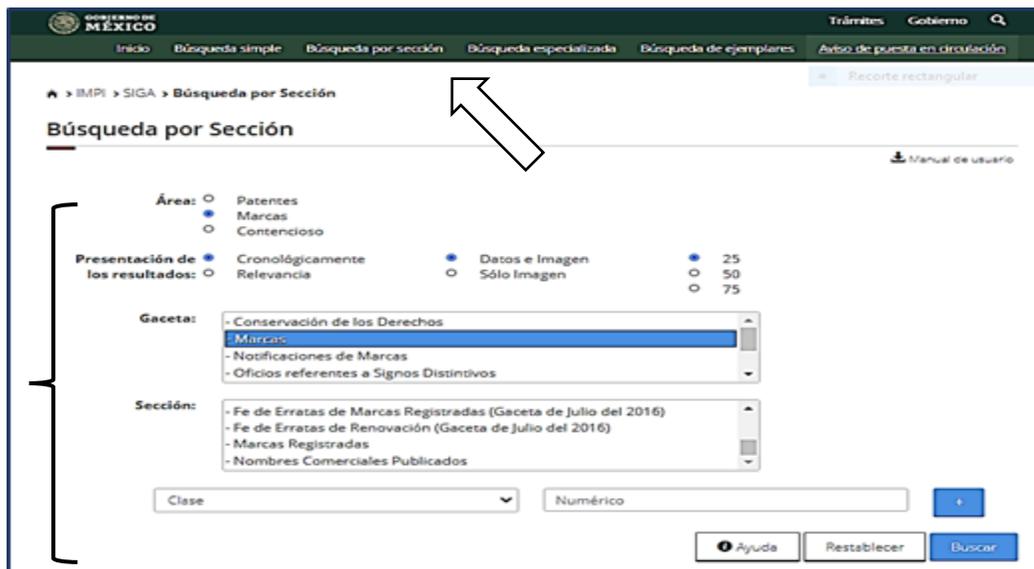


Fig. 14

Finalmente, debe puntualizarse que el IMPI apoya mediante un documento en pdf, el manejo de la base de datos SIGA, incluyendo en el portal, en la parte superior derecha el denominado “Buscador SIGA 3.0: Manual de usuario”, actualizado hasta marzo de 2020 (Fig. 15).

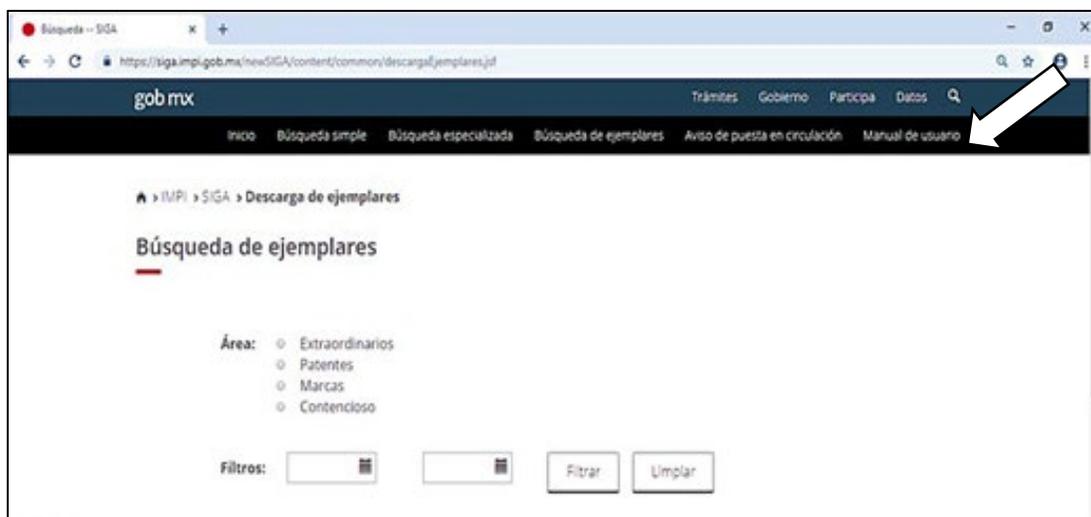


Fig. 15

En este Manual se detalla cómo realizar diversos tipos de búsquedas, cómo deben emplearse los nemónicos, comodines y operadores booleanos y en general cómo puede precisarse y concretar la búsqueda; así como la explicación del formato que se presenta al desplegar los resultados, el aviso y puesta en circulación de los ejemplares de la Gaceta (Fig. 16).

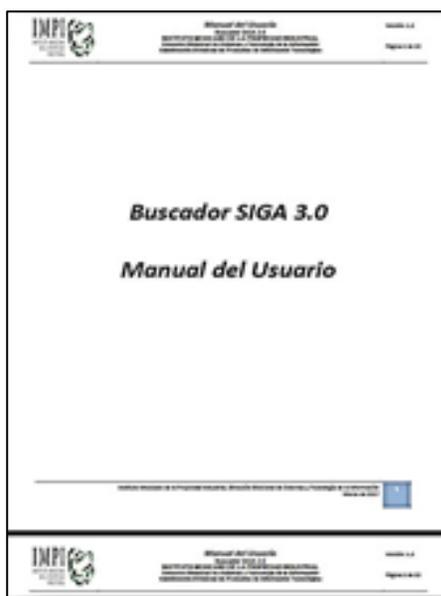


Fig. 15

Existen enormes ventajas que el sistema de búsquedas en el IMPI ha aportado:

- SIGA ha eliminado la onerosa producción e impresión de Gacetas, sustituyendo y economizando gastos en papel, reduciendo así costos y tiempo en trámites administrativos y notificaciones
- La inclusión de imágenes se ha vuelto más sofisticada y cómoda en su manejo hasta llegar a MARCia que permite la búsqueda a través de las figuras, logos, dibujos o imágenes
- SIGA ha agilizado las búsquedas simplificando la investigación
- Desde que se lanzó esta base de datos hace más de una década, se han observado mejoras año con año, sobre todo en el rendimiento y la interfaz de usuario, originando un mayor número de visitas al portal
- Actualmente es factible mediante aplicación en dispositivos móviles, tener acceso a SIGA y a MARCia

No obstante, la información incompleta sobre las marcas notorias y famosas es irrefutable en ambas bases de datos.

Al respecto, cabe subrayar que el omitir datos sobre marcas notorias y famosas no es propio de SIGA. Existen otras bases de datos con objetivos similares a los de SIGA y MARCia, como lo es TESS (Trademark Electronic Search System) que pertenece a la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos, conocida por las siglas USPTO (United States Patent and Trademark Office) o PTO (Patent and Trademark Office). Esta dependencia pertenece al Departamento de Comercio y tiene como función principal expedir patentes y registrar marcas.

El Sistema TESS comprende precisamente todas las inscripciones de solicitudes, y registro de marcas activas e inactivas, vivas o muertas.

En lo que respecta a las marcas notorias y famosas específicamente, de igual manera que SIGA, TESS al desplegar la ficha de la marca, facilita toda una serie de datos, pero no indica si se trata de una marca notoria o famosa, mucho menos es

posible obtener un listado de este tipo de marcas. La información existe, pero no es posible recuperarla.

El propio Centro de Asistencia con el que cuenta así lo confirmó, sugiriendo contactar una empresa o un abogado con licencia y experiencia en el manejo de esta información.

Una respuesta similar se obtuvo de la European Union Intellectual Property Office (EUIPO) o agencia responsable del registro de las marcas en la Unión Europea, la cual cuenta con dos bases de datos para la búsqueda de información: *eSearch Plus* y *TradeView*. Esta última concentra la información de todas las oficinas nacionales de propiedad intelectual en la Unión Europea, relacionada con solicitudes y marcas registradas, pero al igual que las otras bases mencionadas, no es fácil obtener un listado de marcas notorias o famosas. El Centro de Información reconoce que no hay opción que permita obtener el listado requerido.

Cabe señalar que ni siquiera la WIPO (World Intellectual Property Organization), u OMPI en español, el organismo especializado de las Naciones Unidas cuyo objetivo es garantizar un sistema de propiedad intelectual, ha logrado constituir un listado de este tipo.

A través de diversas asambleas y comités han intentado conformar un listado, pero no ha sido posible por muchas razones. Una de ellas, quizás la principal, es que no hay un consenso o definición uniforme de “marca famosa” o “marca notoria”. Las regulaciones en cada país las definen y conciben de manera distinta y las prácticas y protección a este tipo de marcas varía en cada país.

Una lista nacional es diferente, se realiza bajo un mismo criterio y es loable que el IMPI recientemente con MARCia desde mayo del 2020, ya proporciona un listado así; no obstante, como ya se detalló en el Capítulo Tercero, las referencias están incompletas y son insuficientes para recuperar la información.

CAPÍTULO QUINTO: LAS MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS Y FAMOSAS

Antes de definir los conceptos de marca notoria y de marca famosa, es conveniente iniciar con lo más simple, la definición de “marca”.

El Diccionario de la Real Academia Española define el término como “todo signo visible, novedoso y característico” ⁶⁰. Sobre la palabra ‘signo’ explica que se trata de una “señal o figura que se emplea en la escritura y en la imprenta”, respecto al vocablo ‘visible’ precisa: “(1) adj. Que se puede ver. (2) adj. Tan cierto y evidente que no admite duda. (3) adj. Dicho de una persona: Notable y que llama la atención por alguna singularidad” ⁶¹.

Por lo que se infiere que una marca es una señal o figura evidente, clara, precisa, notable y particular, que permite reconocer e identificar un producto y/o servicio de otros de su misma clase o naturaleza.

Una marca evidencia diversos aspectos de un negocio, y por lo tanto identifica y distingue sus productos y servicios de los de sus competidores. La marca es un distintivo que permitirá a un negocio vender, comprar, contratar, intercambiar, comerciar, exportar, importar, etc., de forma conveniente, dinámica y segura, sus productos y servicios.

Una marca, además de reconocer ciertos productos y servicios, certificará y garantizará la constante calidad y cualidades de éstos. La calidad pone en una condición privilegiada a dichos productos y servicios, ya que el público consumidor tendrá una particular referencia de éstos, y por lo tanto preferencia ante una necesidad satisfactoriamente complacida.

Por lo tanto, la marca a seleccionar deberá proyectarse cuidadosamente, vigilando inclusive que su uso a través de la publicidad no resulte falso, engañoso o equivocado.

⁶⁰ Real Academia Española, *Diccionario de la Real Academia Española*, 21a. Ed., Madrid, RAE, p. 1332.

⁶¹ *Ibidem*, 1487.

Además, es importante que, en el momento de elegir una marca, se investigue y corrobore que no se encuentre registrada una marca igual o semejante en grado de confusión, para los mismos o similares productos o servicios que se pretende alcanzar.

Todo el trabajo e inversión que implica el diseño, selección, calidad, publicidad y comercialización de la marca apropiada, bien merecen ser protegidos.

Como ya se mencionó anteriormente, la selección de una marca y lo que se pretende que ésta refleje, implica un gran trabajo e inversión, ya que al encontrarnos en un mundo de consumo permanente, el titular de una marca tiene la necesidad de proteger y preponderar su marca, de registrarla, con el fin de que el cliente identifique claramente su(s) producto(s) o servicio(s) de otro(s) igual(es) o similar(es), evitando que sea empleada por terceros, aunque cabe aclarar que no es obligatorio registrarla, el registro es voluntario para realizar actividades mercantiles.

Una marca debe ser “distintiva” para poder ser protegida y registrada. En México las marcas se registran ante el IMPI, que como ya se mencionó en el Capítulo Segundo, es la autoridad oficial en lo que respecta a administración y gestión del sistema de propiedad industrial nacional.

Antes de la reforma a la abrogada LPI del 18 de mayo de 2018, el artículo 88 definía como marca únicamente “a todo signo visible que distinga productos o servicios de otro de su misma especie o clase en el mercado”⁶².

La actual LFPPI incorpora en su artículo 171 en la definición de marca, a “todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección...”.

⁶² México. *Ley federal de protección a la propiedad industrial, op. cit.*, p.20.

Con esta reforma el concepto de marca abarca además de las marcas gráficas, nominativas, mixtas y tridimensionales, también las holográficas, de certificación, sonoras, gustativas, olfativas o la imagen comercial de algún producto.

La LFPPI dispone en su artículo 176 que las marcas se registrarán según la clasificación que establezca su Reglamento, que en este caso se trata del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial de 1991, publicado el 23 noviembre de 1994, ya que el Ejecutivo aún no ha expedido el Reglamento de la presente Ley. Este ordenamiento, en su artículo 59 puntualiza que la Ley hace referencia a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, instrumento que permite proteger productos y servicios bajo una de las clases que el Clasificador de Niza comprende.

El Clasificador de Niza, o Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de abril del 2001 ⁶³, es una herramienta que facilita el llenado del formato de las solicitudes para el registro de marcas, ya que este documento requiere se indique un número estándar de la “clase” –conformada por 1 o 2 dígitos -, que corresponda a los productos y servicios para los que se solicita el registro y así permita delimitar el rango de protección que comprende la marca.

Este Clasificador es modificado año con año, según lo decida el Comité de Expertos de la Unión de Niza, organismo facultado para realizarle cambios. La última modificación se adoptó en la trigésima sesión, dando como resultado la versión 2021 (NCL (11-2021)).

Por otro lado, si se considera el objeto de protección de las marcas, existen diversas clasificaciones, las cuales se agrupan en:

⁶³ México, “Decreto promulgatorio del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas del quince de junio de mil novecientos cincuenta y siete, revisado en Estocolmo el catorce de julio de mil novecientos sesenta y siete y modificado el veintiocho de septiembre de mil novecientos sesenta y nueve”, *Diario Oficial de la Federación*, México, abril 10, 2001, pp. 2-8. Disponible en: http://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=766935&fecha=10/04/2001 [Consultada: 28-octubre-2022].

- Marcas en uso (sin registro)
- Marcas registradas
- Marcas notorias o notoriamente conocidas y
- Marcas famosas

Con respecto a estos dos últimos conceptos, “marca notoria” y “marca famosa”, se puede decir que la mayoría de los países ya los han incluido en su legislación, o en su defecto, emplean el más remoto instrumento jurídico que a nivel internacional se conoce para la protección de la propiedad industrial, el Convenio de París.

5.1 La marca notoriamente conocida. Concepto

Ni el Convenio de París, ni el TLCAN en su momento, ni el ADPIC, ni siquiera la OMPI en su Recomendación Conjunta sobre Marcas Notoriamente Conocidas⁶⁴, contribuyen con una definición de marca notoria; es decir, la naturaleza de las marcas notorias depende de las legislaciones sobre marcas de cada país, así como la jurisprudencia dictada en casos concretos por los tribunales nacionales e internacionales competentes en la materia.

Las marcas de fábrica o de comercio notoriamente conocidas gozan de protección en la mayoría de los países, contra las marcas que se consideren reproducción o imitación de dichos signos distintivos.

En general una marca notoria es protegida esté o no registrada. Si está registrada, se protege por encima del principio de especialidad según su grado de notoriedad; es decir, se garantiza protección más allá de los productos o servicios

⁶⁴ OMPI. “Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas”, *Asamblea de los Estados miembros de la OMPI*, Asamblea de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial y la Asamblea General de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (OMPI), Ginebra, OMPI, 2000, 20 p. Disponible en: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/marks/833/pub833.pdf> [Consultada: 17-octubre-2022].

para los cuales se concedió inicialmente el registro, ya que se imposibilita el uso o el registro de una marca de renombre en cualquier clase.

Si no está registrada, se faculta a su titular a ejercer la correspondiente acción de nulidad. Así lo establece el artículo 198 de la LFPPI ⁶⁵.

Es decir, las marcas notoriamente conocidas están protegidas, independientemente de que estén registradas o no, tanto por el riesgo de confusión de productos idénticos o similares, como para evitar el aprovechamiento indebido de la reputación de la marca notoria.

La notoriedad de una marca deberá de probarse. De acuerdo con lo que establece el artículo 192 de la LFPPI se requieren:

- I. Encuestas, estudios de mercado o cualquier otro medio que exhiban los sectores de consumidores reales o potenciales, círculos integrados por comerciantes, industriales o prestadores de servicios y otros sectores del público que identifiquen la marca con los productos y servicios que ésta ampara
- II. La antigüedad de la marca, considerando la fecha de primer uso, el tiempo de uso continuo y el tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y, en su caso, en el extranjero
- III. Los canales de comercialización en México y, en su caso, en el extranjero
- IV. Los medios de difusión de la marca en México y, en su caso, en el extranjero
- V. Las licencias o franquicias que se hayan otorgado en relación con la marca
- VI. El porcentaje de participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado

Se eliminó, en relación con la LPI de 1991, la obligación de presentar información considerada confidencial tanto para la obtención de la declaratoria de

⁶⁵ México. *Ley federal de protección a la propiedad industrial, op. cit.*, p. 49.

notoriedad, como para la obtención de la declaratoria de fama. Así bien, se suprimió el incluir información referente a la inversión de los tres últimos años en publicidad o promoción de la marca, en México y, en su caso, en el extranjero; la influencia geográfica efectiva, el valor económico de la marca y el volumen de ventas durante los último tres años.

La supresión de estos requisitos sin duda simplifica el trámite y proporciona mayor confianza en los titulares al no exponer información sensible sobre su marca.

Cabe aclarar, que cuando se hace referencia como requisito para obtener la declaratoria de notoriedad de marca, al conocimiento o identificación de ésta, no se limita exclusivamente a advertir el nombre de la marca, sino que implica otorgar un valor a los productos que protege, debido a las cualidades y características que el uso de los productos permite apreciar; es decir, se produce una asociación entre el signo y el producto.

La protección que se otorga a una marca notoria no tiene como requisito que la marca se encuentre registrada ni en México, ni en el extranjero y procede respecto a cualquier producto o servicio. No obstante, el impedimento de registro procede, cuando pudiese causar confusión o riesgo de asociación o constituya un aprovechamiento que cause el desprestigio o diluya el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida, en resumen, cuando se le pueda causar perjuicio o lesionar intereses al titular de esta, como lo establece la fracción XVI del Artículo 173 de la nueva LFPPI.

La protección a estas marcas ya se observa desde la reforma a la fracción XIX del Artículo 91 de la Ley de Invenciones y Marcas de 1975, publicada en el DOF del 16 de enero de 1987, pues ya indicaba claramente que no son registrables como marca “las denominaciones o signos iguales o semejantes a una marca, que la

Secretaría de Comercio y Fomento Industrial estime notoriamente conocida en México”⁶⁶.

De igual forma, en la primera reforma que sufre la LFOPPI de 1991, publicada en el DOF el 2 de agosto de 1994⁶⁷, se garantiza una mayor protección a estas marcas, pues específicamente en el artículo 90, fracción XV se observa que se:

- I. impide el registro como marca a denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el IMPI estime como notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, y se
- II. determina que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca debido a las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos y servicios, o como consecuencia de la publicidad de esta.

Finalmente, el Dr. Ortiz Bahena resume acertadamente todo lo anterior y formula un concepto intacto de marca notoria al establecer que se trata de “toda denominación, signo visible o cualquier otro medio, suficientemente distintivos, aplicables a productos y servicios con el objeto de distinguirlos de otros del mismo o similar género y a los cuales el público consumidor en general les confiere éxito, reputación y prestigio en consideración de diversos factores, a saber: publicidad, propaganda, poder de atracción sobre el público consumidor, importancia del uso

⁶⁶ México, “Decreto por el que se reforma y adiciona la Ley de la Invenciones y Marcas”, *Diario Oficial de la Federación*, México, enero 16, 1987, p. 14. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?cod_diario=199422&pagina=14&seccion=0 [Consultada: 27-julio-2022].

⁶⁷ México, “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Fomento y Protección de la propiedad Industrial”, *Diario Oficial de la Federación*, México, agosto 2, 1994, 3ª. sección, p. 10. Disponible en: https://www.dof.gob.mx/nota_to_imagen_fs.php?cod_diario=203582&pagina=10&seccion=3 [Consultada: 11-mayo-2022].

y de las ventas, reputación internacional, antigüedad u otros similares que conlleven a las características citadas”.⁶⁸

5.2 La marca famosa. Concepto

Declarar una marca como “famosa”, implica seguridad y tranquilidad a quienes alcanzan esta condición, mejora su imagen y se mantiene en la memoria de los consumidores. Uno de los beneficios más interesantes de esta mención es que la marca blinda su nombre, con sus palabras integrales, para que otro competidor no se aproveche de esa marca y pretenda valerse de esa fama.

Al igual que la LPI de 1991, la nueva LFPPI considera que una marca es famosa en México cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor. Sin embargo, la reciente Ley ya permite la protección de marcas que no necesariamente sean conocidas en México, pues amplía la protección a marcas que tengan una difusión o cuenten con un reconocimiento en el comercio global y así lo establece en su el Artículo 190.

Para efectos de la declaratoria de fama, el solicitante deberá aportar los mismos datos que se requieren para obtener la declaratoria de notoriedad, es decir:

- I. Encuestas, estudios de mercado o cualquier otro medio que exhiban los sectores de consumidores reales o potenciales, círculos integrados por comerciantes, industriales o prestadores de servicios y otros sectores del público que identifiquen la marca con los productos y servicios que ésta ampara
- II. La antigüedad de la marca, considerando la fecha de primer uso, el tiempo de uso continuo y el tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y, en su caso, en el extranjero
- III. Los canales de comercialización en México y, en su caso, en el extranjero

⁶⁸ Ortiz Bahena, Miguel Ángel, *La marca notoria*, México, UNAM, Facultad de Derecho, 1990, p. 196, (Tesis Doctorado).

- IV. Los medios de difusión de la marca en México y, en su caso, en el extranjero
- V. Las licencias o franquicias que se hayan otorgado en relación con la marca
- VI. El porcentaje de participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado

La naturaleza de notoriedad o fama no se adquiere desde el principio, sino que es un estatus que supone tiempo, dinero y muchos años de trabajo. No obstante, las ventajas de una marca al alcanzar dicha categoría son:

- a) evitar que la marca se vuelva genérica
- b) garantizar que nadie más pueda registrar una marca igual o parecida y aprovecharse de un nombre
- c) incrementar el valor económico y comercial de la marca
- d) establecer certeza y confiabilidad de una larga trayectoria en el mercado, y
- e) ofrecer una garantía al público consumidor

Como puede observarse, entre el concepto de notoriedad y fama existe una diferencia sutil pero sustancial, y es el alto grado de difusión o conocimiento entre el público consumidor en general.

Ambos conceptos han evolucionado sustancialmente en nuestro país. Para comenzar, cabe aclarar que México se basó en el sistema legal francés para incluir ambas figuras.

Si bien es cierto que México ya formaba parte de diversos tratados internacionales que protegían este tipo de marcas; no obstante, la protección era deficiente en nuestro país, pues de acuerdo con la Ley, sólo el IMPI estaba facultado para objetar el registro de una marca igual o semejante a una marca notoriamente conocida, circunstancias bajo las cuales se tomaron decisiones

refutables, considerando además que esta legislación no preveía un procedimiento de oposición con el que actualmente ya cuenta ⁶⁹.

Tal es el caso del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. El Artículo 6o. bis, inciso 1) de dicho convenio establece que: “Los países de la Unión se comprometen, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país del registro o del uso estimare ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca que puede beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares. Ocurrirá lo mismo cuando la parte esencial de la marca constituya la reproducción de tal marca notoriamente conocida o una imitación susceptible de crear confusión con ésta” ⁷⁰.

México ya también formaba parte del ADPIC, que en realidad es el Anexo 1C del Acuerdo de Marrakesch, por el que se establece la Organización Mundial de Comercio (OMC), y que aclaraba respecto a las marcas notoriamente conocidas, en su Artículo 16, apartados dos y tres, lo siguiente:

“2. El artículo 6bis del Convenio de París (1967) se aplicará *mutatis mutandis* a los servicios. Al determinar si una marca de fábrica o de comercio es notoriamente conocida, los Miembros tomarán en cuenta la notoriedad de esta marca en el sector pertinente del público inclusive la notoriedad obtenida en el Miembro de que se trate como consecuencia de la promoción de dicha marca.”

“3. El artículo 6bis del Convenio de París (1967) se aplicará *mutatis mutandis* a bienes o servicios que no sean similares a aquellos para los cuales una marca de

⁶⁹ Alva Espinoza, Inti, “Comentarios a diversos artículos de la Ley de la propiedad industrial relacionados con marcas notorias y famosas”, en *Estudios en materia de la propiedad intelectual: homenaje en Memoria del Lic. Sergio Luis Olivares Rodríguez*, México, AMPPI, Sista, 2011, pp. 41-43.

⁷⁰ *Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial, op. cit.*

fábrica o de comercio ha sido registrada, a condición de que el uso de esa marca en relación con esos bienes o servicios indique una conexión entre dichos bienes o servicios y el titular de la marca registrada y a condición de que sea probable que ese uso lesione los intereses del titular de la marca registrada.”⁷¹

El ya desaparecido TLCAN, establecía en su Artículo 1708, apartado 6. “El Artículo 6 bis del Convenio de París se aplicará, con las modificaciones necesarias, a los servicios. Para determinar si una marca es notoriamente conocida, se tomará en cuenta el conocimiento que de ésta se tenga en el sector correspondiente del público, inclusive aquel conocimiento en territorio de la Parte que sea el resultado de la promoción de la marca. Ninguna de las partes exigirá que la reputación de la marca se extienda más allá del sector del público que normalmente trate con los bienes o servicios en cuestión.”⁷²

Finalmente, está la Recomendación aprobada conjuntamente por la Asamblea de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial y la Asamblea General de la OMPI, en la trigésima cuarta serie de reuniones de las Asambleas de los Estados Miembros de la OMPI, llevada a cabo del 20 al 29 de septiembre de 1999, relativa a las Disposiciones sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas⁷³.

⁷¹ *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio*, Marrakesch, Marruecos, 15 de abril de 1994. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf [Consultada: 8-noviembre-2022].

⁷² *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*, Ottawa, Canadá, firmado el 17 de diciembre de 1992, p. 173. Disponible en: <https://aplicaciones.sre.gob.mx/tratados/ARCHIVOS/1.TLCAN.pdf> [Consultada: 4-noviembre, 2022].

⁷³ OMPI, Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas, Ginebra, Suiza, OMPI, 1999, 30 p. Disponible en: <https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/marks/833/pub833.pdf> [Consultada: 11-octubre-2022].

A pesar de contar con todos estos instrumentos legales para la protección de las marcas notoriamente conocidas y famosas, en la *praxis* no existía una garantía eficaz para este tipo de marcas.

No obstante, fueron necesarias reformas trascendentales en la materia, que abrieron camino a la actual Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial.

5.3 Reformas a la Ley de la Propiedad Industrial de 2005 y 2018

A pesar de todos los esfuerzos y cambios mencionados, estos no fueron suficientes para proteger a las marcas notoriamente conocidas y famosas.

La iniciativa del Diputado Manuel López Villareal del PAN, el ambiente comercial internacional, el interés y respaldo de empresas mexicanas transnacionales y destacados profesionales en el área de la propiedad intelectual, lograron la reforma a la LPI el 16 de junio del 2005 con el Decreto en el que se adiciona al Título IV “De las marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales”, el Capítulo II Bis denominado “De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas”⁷⁴, en donde verdaderamente se vislumbra un cambio trascendental en la materia.

Se adicionan los artículos 98 y 98 bis 1 a 98 bis 9, que comprenden el concepto de marca notoriamente conocida, el concepto de marca famosa, la demostración de notoriedad y fama de una marca, la solicitud y la obtención de declaratoria de marca famosa o notoria y su actualización, el examen de elementos, datos y documentos para la declaratoria, las resoluciones de declaratoria de notoriedad o fama y su publicación.

El 18 de mayo del 2018 se publica en el DOF un Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la LPI, en donde el

⁷⁴ México, “Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial”, *Diario Oficial de la Federación*, México, junio 16, 2005. Disponible en: <http://www.dof.gob.mx/copias.php?acc=ajaxPaginas&paginas=23-26&seccion=PRIMERA&edicion=150076&ed=MATUTINO&fecha=16/06/2005> [Consultada: 7-noviembre-2022].

Capítulo II Bis “De las Marcas notoriamente conocidas y famosas” es reubicado, conformándose por los artículos 98 TER a 98 TER 9.

5.4 Iniciativa 2019, Proyecto de Decreto de la Ley de la Propiedad Industrial ⁷⁵

Una iniciativa de la LPI propuesta por el Senador del Grupo Parlamentario del Partido de Morena, Ernesto Pérez Astorga, signada el 7 de noviembre del 2019, estructura al igual que la LPI de 1991 el tema de Marcas en el Título Cuarto.

Es decir, el Título Cuarto de la LPI se denomina “De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales”, en lo que en la nueva Ley se advierte una tenue modificación, presentándose como “De las Marcas, Avisos y Nombres Comerciales”.

En su Exposición de Motivos, la iniciativa de Ley de 2019 refiere a la necesidad de reestructurar y reordenar el contenido de la Ley de 1991 debido a su complejidad, dadas las “desafortunadas” modificaciones a las cuales ha estado sujeta.

Se hace referencia a una Ley que ha sufrido por casi tres décadas diecisiete reformas, advirtiendo un texto forzado y un tanto cuanto complicado. Si bien es cierto que dichas modificaciones eran necesarias, dado los acuerdos y tratados comerciales a los que México se ha suscrito desde esa fecha, el texto no guardó lógica en cuanto a su secuencia, dificultando su lectura e interpretación.

Un ejemplo, de acuerdo con la iniciativa, fue el de presionar la incorporación de artículos marcados con “BIS” “BIS 1”, “TER”, etc. que no guardaron una secuencia lógica.

⁷⁵ México. Cámara de Senadores, *Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se expide la Ley de la Propiedad Industrial*, México, 147 p. Disponible en: https://infosen.senado.gob.mx/sqsp/gaceta/64/2/2019-11-14-1/assets/documentos/Inic_Morena_Sen_Astorga_Propiedad_Industrial.pdf [Consultada: 7-noviembre-2022].

Por ello, la iniciativa propone reenumerar dentro del mismo Título Cuarto, el Capítulo II BIS como Capítulo III, conservando este último el mismo nombre “De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas”.

En lo que respecta al articulado, el tema de las marcas notorias y famosas dejaría de estar comprendido en los artículos 98 TER al 98 TER 9 para exponerse igualmente en 10 artículos, pero en los numerales 190 al 199.

Finalmente, la nueva LFPPI es publicada en el DOF del 1º. de julio del año 2020. No se conservó el nombre anterior. En cuanto esencia los artículos quedaron igual a la iniciativa propuesta, aunque en diferentes artículos.

Un cuadro comparativo, del capítulo referente a marcas notorias y famosas permite vislumbrar los cambios esenciales:

<p style="text-align: center;">Ley de la Propiedad Industrial (1991) TÍTULO CUARTO De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales Capítulo II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas (Artículos 98 TER al 98 TER-9)</p>	<p style="text-align: center;">Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial (2020) TÍTULO CUARTO De las Marcas, Avisos y Nombres Comerciales Capítulo III De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas (Artículos 190 al 199)</p>
<p>Artículo 98 TER. - Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.</p> <p>Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se</p>	<p>Artículo 190.- Para efectos de esta Ley, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.</p> <p>Se entenderá que una marca es famosa en México cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor, o bien,</p>

<p>entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.</p> <p>A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley.</p>	<p>cuando ésta tenga una difusión o reconocimiento en el comercio global.</p> <p>A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley.</p>
--	---

En lo que respecta a la interpretación de “marca notoriamente conocida” el nuevo ordenamiento se conserva igual. En cambio, en lo que respecta a la “marca famosa”, ahora se permite la protección de las marcas no solo conocidas en México sino también aquéllas que cuenten con un reconocimiento global.

<p>Artículo 98 TER-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.</p> <p>Los impedimentos previstos en el artículo 90, fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.</p>	<p>Artículo 191.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.</p> <p>Los impedimentos previstos en el artículo 173, fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.</p>
--	--

En este artículo referente a las declaratorias de notoriedad o de fama, sus actualizaciones e impedimentos, permanece igual.

Artículo 98 TER-2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante aportará los siguientes datos:

- I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.
- II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.
- III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.
- IV. La fecha de primer uso de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.
- V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.
- VI. Los canales de comercialización en México y, en su caso, en el extranjero.

Artículo 192.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante aportará los siguientes datos:

- I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley;
- II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley;
- III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley;
- IV. La fecha de primer, el tiempo de uso continuo y el tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y, en su caso, en el extranjero;
- V. Los canales de comercialización en México y, en su caso, en el extranjero;
- VI. Los medios de difusión de la marca en México y, en su caso, en el extranjero;

<p>VII. Los medios de difusión de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.</p> <p>VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y, en su caso, en el extranjero</p> <p>IX. La inversión realizada durante los tres primeros años en publicidad o promoción de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.</p> <p>X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.</p> <p>XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos tres años.</p> <p>XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.</p> <p>XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.</p> <p>XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.</p>	<p>VII. Las licencias o franquicias que se hayan otorgado en relación con la marca, y</p> <p>VIII. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.</p>
--	---

Para los requisitos de la obtención de la declaratoria de notoriedad o fama se elimina el requisito de inversión en promoción y publicidad de los tres últimos años, el área geográfica de influencia, el volumen de ventas y el avalúo de la marca, haciendo más sencillo el trámite y omitiendo información confidencial.

<p>Artículo 98 TER-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en el artículo 90, fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.</p> <p>La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.</p>	<p>Artículo 193.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en el artículo 173, fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.</p> <p>La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.</p>
--	--

Subsiste el periodo de cinco años de vigencia de las declaratorias y sus actualizaciones.

<p>Artículo 98 TER-4.- La solicitud de declaratoria de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:</p> <p>Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y.</p> <p>Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.</p>	<p>Artículo 194.- La solicitud de declaratoria de notoriedad o fama se hará con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:</p> <p>Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su representante, y.</p> <p>Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.</p>
---	--

Ya no se requiere que únicamente las declaratorias de notoriedad y fama sean por escrito, debido a los diversos medios digitales y trámites en línea que se emplean. También se cambia el término “de su apoderado” por el “de su representante”.

<p>Artículo 98 TER-5.- Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.</p> <p>Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.</p> <p>Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.</p>	<p>Artículo 195.- Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados. Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.</p> <p>Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.</p>
---	---

Subsiste el plazo de cuatro meses para la realización de aclaraciones en la solicitud de declaratoria.

<p>Artículo 98 TER-6.- Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.</p> <p>En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.</p>	<p>Artículo 196.- Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.</p> <p>En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.</p>
---	--

Las condiciones de expedición o negativa del otorgamiento de la declaratoria permanecen idénticas.

Artículo 98 TER-7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama serán publicadas en la Gaceta.	Artículo 197.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama serán publicadas en la Gaceta.
---	--

Subsiste la Gaceta de la Propiedad Industrial, como medio de difusión de las declaratorias.

Artículo 98 TER-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando: I. Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y II. Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla. Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.	Artículo 198.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando: I. Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y II. Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla. Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.
---	--

Se conservan las mismas condiciones para proceder a la nulidad de la declaratoria.

Artículo 98 TER-9.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al o los registros marcarios que le dieron origen.	Artículo 199.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al o los registros marcarios que le dieron origen.
---	--

Para una transmisión, permanece la asociación entre la declaratoria y el registro marcario.

Como se observa, en lo que respecta al Capítulo referente a Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas, la mayoría de los cambios son esencialmente estructurales.

Se advierte el interés por ordenar la ley, dándole una secuencia lógica al foliar los artículos con una numeración persistente y única, eliminando los “bis” y “ter”.

También es evidente la evolución en el plano tecnológico y digital del IMPI, respecto a funciones, servicios y mayores facultades respecto a una amplia protección de los derechos de la propiedad industrial que incluye incluso lo relacionado a daños y perjuicios.

5.5 Las declaratorias de marcas notoriamente conocidas y famosas a la luz de la Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial

Una de las facultades expresas que logró el IMPI a partir de la reforma del 2005, es la de emitir declaratorias de notoriedad o fama de marcas a través de su publicación en la Gaceta y de establecer reglas y requisitos para este reconocimiento.

El IMPI emite la declaratoria a través de un acto administrativo, tomando en cuenta cuán conocida por el público es la marca.

Los requisitos para obtener la declaratoria en ambos tipos de marcas ya fueron mencionados a detalle, específicamente en el punto 5.1 donde se define el concepto de Marca Notoria y el 5.2 en el concepto de Marca Famosa. En el punto 5.3 además se establecen cuadros comparativos entre los textos de la Ley de 1991 y 2020 transcribiéndose los artículos en su totalidad, y donde se observa la eliminación de requisitos que tienen que ver con presentar cierta información reservada.

- Para realizar este trámite existen varias opciones. Se puede realizar de manera presencial, por vía telefónica o por correo o mensajería especializada.

Existe información adicional que debe presentarse, además de lo ya indicado como:

- Solicitud de declaración administrativa de notoriedad o fama de marca en escrito libre, la cual deberá contener hechos, ofrecer pruebas y los fundamentos de derecho (original y copia)
- Comprobante de pago de la tarifa correspondiente (por cada concepto es una tarifa diferente, tanto por el estudio de la solicitud como por la emisión de la declaración (copia)
- Documento que acredite la personalidad del mandatario, según sea el caso (original y copia)
- Constancia de inscripción en el Registro General de Poderes del IMPI, según sea el caso (copia)
- Documentos y elementos probatorios en los que se funde la petición (excepto testimonial y confesional, salvo que estén contenidas en un documental (original)
- Traducción de los documentos presentados en idioma distinto al español, según sea el caso (original)
- Legalización o apostilla de los documentos anexos provenientes del extranjero, según sea el caso (original)

Todos estos datos deben contener información tanto de México como del extranjero, si es que la marca se usa en otro país, con el fin de que tenga mayor valor probatorio.

Como se ha visto, el reconocimiento de notoriedad le confiere a una marca una garantía exclusiva, que rompe con el principio de territorialidad. Es decir, rebasa el margen de validez de la circunscripción territorial bajo la cual fue registrada inicialmente.

Finalmente existen otras vías para reconocer una marca como notoriamente conocida o famosa en nuestro país, como así lo aclara Reyes Lomelí “una marca puede ser reconocida como notoriamente conocida o famosa como consecuencia de procedimientos materialmente jurisdiccionales, como las declaraciones administrativas de nulidad e infracción ante el IMPI. Otra fuente de reconocimiento

del carácter notoriamente conocido o famoso de una marca es el procedimiento de solicitud de registro marca, en el que el IMPI señala como impedimento legal para la concesión del registro, una marca que el propio IMPI estima notoriamente conocida o famosa, sin la existencia previa de un reconocimiento *ad hoc* o emanado de un proceso jurisdiccional”⁷⁶.

5.6 La difusión de las declaratorias de marcas notoriamente conocidas y famosas

El Artículo 5o., fracciones XV y XVI, de la LFPPI, faculta al IMPI para “publicar en la Gaceta los actos a los que se refiere esta Ley;” así como “difundir la información derivada de patentes, registros, publicaciones, declaratorias, declaraciones, autorizaciones y cualquier otra relacionada con las leyes cuya aplicación le corresponde”.⁷⁷

Por este motivo el IMPI, difunde a través de su portal oficial en internet, una Gaceta relacionada con patentes, marcas, registros, modelos industriales, declaratorias de notoriedad o fama de marcas, publicaciones concedidas, actualizaciones, etc., denominada Gaceta de la Propiedad Industrial, que es posible descargar electrónicamente.

Al igual que las marcas que no han adquirido renombre, las marcas notorias y famosas también son incluidas en la Gaceta de la Propiedad Industrial. El problema es que la declaratoria se introduce a la Gaceta como imagen, más no como texto.

El hecho de insertar cada una de las declaratorias de fama y notoriedad como imagen, impide totalmente localizar esta información en las bases de datos del IMPI, SIGA y MARCia.

⁷⁶ Reyes Lomelí, Arturo D., *Las marcas reconocidas hasta el 2018 como famosas o notoriamente conocidas en México mediante el procedimiento ad hoc*, México, Reyes Fenig Asociados, 2019. Disponible en: https://reyesfenigesp.wordpress.com/2019/08/21/famosas_2018/ [Consultada: 12-noviembre-2022].

⁷⁷ México. *Ley federal de protección a la propiedad industrial*, op. cit., p. 3

Es claro que el tipo de información que reviste cada una de las solicitudes son de gran relevancia primero para los titulares, pero también para el emprendedor e incluso el consumidor en general, pues como ya se mencionó, hay detrás una gran inversión para lograr que una marca alcance renombre y reconocimiento, esfuerzo e inversión que no queda aquí, pues posteriormente se requieren estudios, publicidad, investigación de mercado y muchos otros requisitos para lograr que una marca sea declarada como famosa o conocida por el IMPI.

No obstante, todo esto no es suficiente para lograr que esta información sea localizada con la misma facilidad y disponibilidad como es recuperada el resto de la información que el IMPI difunde.

Esta situación se traduce en enormes desventajas pues:

- I. Complica la búsqueda, ya que exige mucho tiempo localizar la información, la que finalmente la mayoría de los usuarios no logra ubicar.
- II. En lo que respecta a los titulares de las marcas, implica un gran inconveniente, ya que al ser la Gaceta de la Propiedad Industrial un medio de difusión debería representar también para ellos, un medio más de protección.
- III. Resulta frustrante también para un titular de una marca notoria o famosa, que todo el tiempo y valor que le ha invertido, no se traduzca en el reconocimiento de su marca a través de la divulgación de la declaratoria.
- IV. Si el objetivo de la difusión es lograr que la mayor cantidad de usuarios conozcan y reconozcan una marca famosa y notoria, con esta limitante, el propósito inicial queda impedido.

CAPÍTULO SEXTO: CATÁLOGO DE MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS Y FAMOSAS A PARTIR DE 2008

6.1 Objetivo

El objetivo del catálogo es mostrar lo que se ha publicado en la Gaceta de la Propiedad Industrial con relación a las marcas notorias y famosas y que, no obstante, no es posible recuperar en las bases de datos SIGA y MARCia íntegramente.

Cabe aclarar que no se está indicando que el IMPI no registra esta información en la Gaceta, sí lo hace, pero la forma en que digitalmente la incluye en esta publicación, impide su difusión, su conocimiento para los titulares y el público en general, por lo que se estima que incumple con sus objetivos de difundir la información.

Es importante que este tipo de información se conozca. El catálogo se ha dividido en dos listados: uno dedicado a las declaratorias de marcas notorias, y otro para las declaratorias de las marcas famosas.

Ambas listas se encuentran ordenadas alfabéticamente conforme al nombre de la marca, para posteriormente incluir la fecha de puesta en circulación de la Gaceta, indicándose la marca, el mes asignado a la Gaceta y la fecha de puesta en circulación de ésta; así como las páginas en donde se localiza.

El objetivo de este catálogo es facilitar su ubicación y consulta, identificando primero el nombre de la marca.

Se ha decidido incluir el registro marcario, que permitirá, además, tener más información, la cual sí es recuperable en la base de datos SIGA. Posteriormente se proporcionan los datos respecto a la Gaceta de Propiedad Industrial relacionada con información de interés sobre la Propiedad Intelectual, indicándose mes a que corresponde, pero sobre todo la fecha de la puesta en circulación de ese ejemplar específico.

Es sumamente importante incluir las páginas en donde aparece la declaratoria, ya que a pesar de que el ejemplar se encuentra en formato pdf, no es posible localizar la información por el buscador, por lo que por lo contrario habría que buscar página por página, lo cual demora la búsqueda.

6.2 Catálogo

(23 abril, 2009 – 14 octubre, 2022)

MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS

MARCA: “ADO”

Registro marcario: 843017



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2011, p. 47-84

Puesta en circulación: 15 junio, 2011

MARCA: “AHORA GARIS EN LA PALMA DE TU MANO”

Registro marcario: 2347074

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 598-602

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: “ALEN”

Registro marcario: 131105



Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2015, p. 47-51

Puesta en circulación: 9 julio, 2015

MARCA: “ANCE”

Registro marcario: 1761532



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2018, p. 21-57

Puesta en circulación: 11 enero, 2019

MARCA: “ANDREA”

Registro marcario: 572692



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2009, p. 25-29

Puesta en circulación: 10 junio, 2009

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2016, p. 67-108

Puesta en circulación: 11 marzo, 2016

MARCA: "ANNTAYLOR"

ANNTAYLOR

Registro marcario: 1831474

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2018, p. 74-134

Puesta en circulación: 10 octubre, 2018

MARCA: "ARENA MÉXICO"

ARENA MEXICO

Registro marcario: 1238811

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2014, p. 45-80

Puesta en circulación: 10 julio, 2014

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2021, p. 286-355

Puesta en circulación: 14 diciembre, 2021

MARCA: "B BOOST"



Registro marcario: 1491996

Niega declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2020, p. 277-318

Puesta en circulación: 9 diciembre, 2020

MARCA: "BARCEL"



Registro marcario: 164548

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2010, p. 101-194

Puesta en circulación: 13 abril, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p. 569-674

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022

MARCA: "BLANCATEL"



Registro marcario: 322384

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2015, p. 52-56

Puesta en circulación: 9 julio, 2015

MARCA: "CAGUAMÓN"

Registro marcario: 1932274

Desistimiento: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2018, p. 33-34

Puesta en circulación: 12 septiembre, 2018

MARCA: "CANCÚN"

Registro marcario: 660082

Niega declaratoria de notoriedad: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2015, p. 47-70

Puesta en circulación: 12 marzo, 2015

MARCA: "CAPRICE"

Registro marcario: 354077

Declaratoria. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2015, p.187-243

Puesta en circulación: 14 mayo, 2015

Actualización. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p.675-758

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022

MARCA: "CLETO REYES"

Registro marcario: 985007

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2020, p. 101-209

Puesta en circulación: 9 noviembre, 2020

MARCA: "CONCHITAS"

Registro marcario: 1892336

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p. 493-568

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022

MARCA: "CORONADO"



Registro marcario: 887611

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2012, p. 47-98

Puesta en circulación: 30 marzo, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2018, p.33-101

Puesta en circulación: 16 agosto, 2018

MARCA: "DANESA 33"



Registro marcario: 174257

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2020, p. 20-100

Puesta en circulación: 9 noviembre, 2020

MARCA: "DINA"



Registro marcario: 380305

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2014, p. 37- 148

Puesta en circulación: 19 enero, 2015

MARCA: "DONDE SU DINERO RINDE MÁS"

Registro de Aviso Comercial: 102466

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p. 783-794

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022

MARCA: "D'PORTENIS"



Registro marcario: 706852

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2016, p. 85-90

Puesta en circulación: 16 agosto, 2016

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2017, p. 35-59

Puesta en circulación: 14 agosto, 2017

MARCA: "EKCO"



Registro marcario: 51806

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2014, p. 47-95

Puesta en circulación: 19 agosto, 2014

AVISO COMERCIAL: "EL SERVICIO LLEGA HASTA USTED" (AVISO COMERCIAL)

Registro de Aviso Comercial: 51806

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p. 759-770

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022

MARCA: "ELECTROLIT"



Registro marcario: 461398

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2015, p. 47-90

Puesta en circulación: 12 junio, 2015

MARCA: "ELEKTRA"



Registro marcario: 390819

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2011, p. 49-108

Puesta en circulación: 16 agosto, 2011

MARCA: "ENSUEÑO"



Registro marcario: 891080

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2014, p. 45- 126

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2014

MARCA: "EXPO GARIS"

Registro marcario: 2323628

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 603- 607

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "FISHER'S"

Registro marcario: 582471

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2021, p. 356-417

Puesta en circulación: 14 diciembre, 2021



MARCA: "FLASH"

Registro marcario: 1617382

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2015, p. 57-61

Puesta en circulación: 9 julio, 2015



MARCA: "GARIS"

Registro marcario: 34322

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2019, p. 30-36

Puesta en circulación: 13 noviembre, 2019

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p. 771-782

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 613-617

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "GARIS" (Y DISEÑO)

Registro marcario: incorrecto



Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 653-657

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "GARIS, EL NEGOCIO AL SERVICIO DE SU NEGOCIO"

Registro marcario: 2323625

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 623-627

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "GARIS APP"

Registro marcario: 2347071

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 643-647

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "GARIS APP TENDERO"

Registro marcario: 2336538



Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 553-557

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022

MARCA: "GARIS DONDE SU DINERO RINDE MÁS"

Registro marcario: 1709005

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 618-622

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 648-652

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "GARIS SUPER"

Registro marcario: 2309817

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 608-612

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "GARIS.COM.MX"

Registro marcario: 2191859

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 628-632

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "HOTELES CITY EXPRESS"



Registro marcario: 780478

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2010, p. 145-216

Puesta en circulación: 14 enero, 2011

Actualización. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2017, p. 30-71

Puesta en circulación: 13 marzo, 2017

Actualización. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 498-582

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "JHOPSO"



Registro marcario: 574270

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2019, p. 30- 35

Puesta en circulación: 16 enero, 2020

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2021, p. 382-438

Puesta en circulación: 12 noviembre, 2021

MARCA: "KOTEX"

Registro marcario: 20937

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 376-419

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018

The logo for KOTEX, featuring the word "KOTEX" in a bold, black, sans-serif font.

MARCA: "L LEXUS Y DISEÑO"

Registro marcario: 707597

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2016, p. 60-150

Puesta en circulación: 18 enero, 2017



MARCA: "LA ARROLLADORA BANDA EL LIMÓN DE RENÉ CAMACHO"

Registro marcario: 547914

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 22-140

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021



MARCA: "LAS MOMIAS DE GUANAJUATO"

Registro marcario: 1129705

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2010, p. 93-144

Puesta en circulación: 14 enero, 2011



MARCA: (INNOMINADA) (CHRISTIAN LOUBUTINI)

Registro marcario: 1822860

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2021, p. 211-378

Puesta en circulación: 14 mayo, 2021



MARCA: "MAYAKOBA"

mayakoba

Expediente número: 334279

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2022, p. 542-550

Puesta en circulación: 16 agosto, 2022

MARCA: "MEGA"

The logo for MEGA features the word "MEGA" in a bold, sans-serif font. To the right of the text is a circular emblem containing a stylized, abstract design.

Registro marcario: 1804550

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 142-256

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021

MARCA: "MELATE"

The logo for Melate consists of a stylized heart shape on the left, followed by the word "elate" in a lowercase, sans-serif font.

Registro marcario: 932323

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2012, p. 143-186

Puesta en circulación: 20 noviembre, 2012

Actualización. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2019, p. 31-95

Puesta en circulación: 14 mayo, 2019

MARCA: "MERCK"

MERCK

Registro marcario: 85741

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2016, p. 22-59

Puesta en circulación: 18 enero, 2017

MARCA: "NAVITEK"

The logo for Navitek features the word "Navitek" in a bold, sans-serif font. A checkmark is positioned at the end of the word, and the entire logo is set against a black rectangular background.

Registro marcario: 538768

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2017, p. 220-239

Puesta en circulación: 14 agosto, 2017

MARCA: "PAYASO"



Registro marcario: 757764

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2011, p. 37-108

Puesta en circulación: 25 enero, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2018, p. 32-72

Puesta en circulación: 10 octubre, 2018

MARCA: "PISA"



Registro marcario: 443112

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2022, p. 220-301

Puesta en circulación: 17 junio, 2022

MARCA: "PT PLAZA DE LA TECNOLOGÍA"



Registro marcario: 1388771

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2021, p. 379-386

Puesta en circulación: 14 mayo, 2021

MARCA: "PRITT"



Registro marcario: 154628

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2010, p. 25-93

Puesta en circulación: 13 julio, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2016, p. 98-167

Puesta en circulación: 27 septiembre, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 976-1073

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021

MARCA: "RESISTOL"



Registro marcario: 41955

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, sept, 2010, p. 209-265

Puesta en circulación: 28 octubre, 2018

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2016, p. 28-84

Puesta en circulación: 16 agosto, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 934-975

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021

MARCA: "RICOLINO"



Registro marcario: 255612

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2010, p. 131-207

Puesta en circulación: 12 mayo, 2010

MARCA: "S MART"



Registro marcario: 1409909

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2015, p. 47-118

Puesta en circulación: 10 abril, 2015

Desecha solicitud de Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2021, p. 619-622

Puesta en circulación: 10 junio, 2021

MARCA: "SALVATORE FERRAGAMO"



Registro marcario: 577070

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2021, p. 127- (sólo se incluyó hasta la página 200 de esta declaratoria)

Puesta en circulación: 12 enero, 2022

MARCA: "SENOSIAIN"

The logo for Senosiain, featuring the brand name in a bold, black, serif font.

Registro marcario: 62173

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2017, p. 35-67

Puesta en circulación: 13 diciembre, 2017

MARCA: "SERVICIO COMERCIAL GARIS, S.A. DE C.V."

Registro marcario: 2321019

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 533-537

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 633-637

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "SHASA"

The logo for shasa, featuring the brand name in a bold, black, serif font.

Registro marcario: 1058308

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2021, p. 15-145

Puesta en circulación: 10 febrero, 2021

MARCA: "SÚPER PRECIO"

The logo for Super Precio, featuring the brand name in a bold, black, sans-serif font with a circular icon containing a shopping cart.

Registro marcario: 650945

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2011, p. 49-83

Puesta en circulación: 15 diciembre, 2011

MARCA: "SYSCOM"

The logo for SYSCOM, featuring the brand name in a bold, black, sans-serif font.

Registro marcario: 483610

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2021, p. 370-525

Puesta en circulación: 15 julio, 2021

MARCA: "TAJÍN"



Registro marcario: 320328

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2018, p. 170-220

Puesta en circulación: 26 junio, 2017

MARCA: "TECATE TITANIUM"



Registro marcario: 1522415

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2015, p. 48-82

Puesta en circulación: 20 enero, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2022, p. 465-500

Puesta en circulación: 17 junio, 2022

MARCA: "TIENDA AMIGA"

Registro marcario: 590335

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 543-547

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022

MARCA: "TIENDA AMIGA" (Y DISEÑO)



Registro marcario: 1027519

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 538-542

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022

MARCA: "TU GARIS, EN TU CELULAR"

Registro marcario: 2347078

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 638-642

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "UABC"



Registro marcario: 1722249

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 29-122

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE
BAJA CALIFORNIA"



Registro marcario: 1624088

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 123-216

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "VALENTINA"



Registro marcario: 1482504

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2022, p. 538-541

Puesta en circulación: 19 agosto, 2014

MARCA: "VASCONIA"



Registro marcario: 256034

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2014, p. 96-152

Puesta en circulación: 19 agosto, 2014

MARCA: "VERO"



Registro marcario: 658862

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2015, p. 119-185

Puesta en circulación: 10 abril, 2015

MARCA: "WET LINE XTREME PROFESSIONAL X"



Registro marcario: 982278

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2017, p. 24-108

Puesta en circulación: 13 febrero, 2017

MARCA: "@SERCOMGARIS"

Registro marcario: 2311182

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 593-597

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "#DONDESUDINERORINDEMÁS"

Registro de Aviso Comercial: 2318290

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 583-587

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "#GARISSUPER"

Registro marcario: 2311175

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 548-552

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022

MARCA: "#SOLOENGARIS"

Registro marcario: 2195225

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 588-592

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCAS FAMOSAS

MARCA: "ACTIVIA"

Registro marcario: 658926

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2016, p. 88-119

Puesta en circulación: 14 diciembre, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 398-532

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022



MARCA: "ALDO CONTI ITALIA"

Registro marcario: 1276628

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2022, p. 26-174

Puesta en circulación: 13 abril, 2022

Aldo Conti
ITALIA

MARCA: "AMERICAN EXPRESS"

Registro marcario: 199952

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2018, p. 32-145

Puesta en circulación: 15 noviembre, 2018



MARCA: "ANDATTI"

Registro marcario: 1917496

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 348-374

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018

andatti

MARCA: "ANDREA"

Registro marcario: 739383

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2017, p. 240-348

Puesta en circulación: 14 agosto, 2017

•andrea®

MARCA: "ARA"

Registro marcario: 719084



Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2019, p. 88-90

Puesta en circulación: 6 diciembre, 2019

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2021, p. 238-355

Puesta en circulación: 10 junio, 2021

MARCA: "ARABELA"

Registro marcario: 812043



Niega Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2019, p. 28-85

Puesta en circulación: 11 septiembre, 2019

MARCA: "AXA"

Registro marcario: 1740983



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2018, p. 32-117.

Puesta en circulación: 26 julio, 2018

MARCA: "BANCO AZTECA"

Registro marcario: 75094



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 334-480

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021

MARCA: "BANCO DE MÉXICO"

Registro marcario: 1522144



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2020, p. 202-294

Puesta en circulación: 14 octubre, 2020

MARCA: "BANCOMER"

BBVA Bancomer

Registro marcario: 304681

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2020, p. 19-70

Puesta en circulación: 18 septiembre, 2020

MARCA: "BANDA EL RECODO DE CRUZ LIZÁRRAGA"



Registro marcario: 537519

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2020, p. 30-159

Puesta en circulación: 23 marzo, 2020

MARCA: "BANXICO"

BANXICO

Registro marcario: 1524407

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2020, p. 19-124

Puesta en circulación: 14 octubre, 2020

MARCA: "BARBIE"



Registro marcario: 120742

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 109-180

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

MARCA: "BARCEL"



Registro marcario: 164548

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2016, p. 28-132

Puesta en circulación: 16 mayo, 2016

MARCA: "BARCELÓ"

Registro marcario: 918959

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2017, p. 166-219

Puesta en circulación: 14 agosto, 2017

Barceló
HOTELS & RESORTS

MARCA: "BARDAHL"

Registro marcario: 865925

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2011 (Addendum), p. 9- 94

Puesta en circulación: 27 mayo, 2011

Desistimiento: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero 2017, p. 22-23

Puesta en circulación: 13 febrero, 2017

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo 2018, p. 130-155

Puesta en circulación: 11 de abril, 2018

BARDAHL

MARCA: "BATMAN"

Registro marcario: 371343

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2012, p. 49-111

Puesta en circulación: 12 de diciembre, 2012

MARCA: (INNOMINADA)

Registro marcario: 376283

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2012, p. 112-176

Puesta en circulación: 12 de diciembre, 2012



MARCA: "BENOTTO"

Registro marcario: 138139

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2016, p. 27-31

Puesta en circulación: 15 junio, 2016

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2016, p. 28-51

Puesta en circulación: 27 septiembre, 2016

BENOTTO

MARCA: "BERSHKA"

Bershka

Registro marcario: 414694

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2021, p. 22-237

Puesta en circulación: 10 junio, 2021

MARCA: "BEST DAY"

BestDay.com

Registro marcario: 1115026

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2017, p. 109-167

Puesta en circulación: 13 febrero, 2017

MARCA: "BIMBO"

BIMBO

Registro marcario: 697020

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2010, p. 25-130

Puesta en circulación: 12 mayo, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2016, 109-139

Puesta en circulación: 11 marzo, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2021, 24- (sólo se incluyó hasta la página 68 de esta actualización)

Puesta en circulación: 12 enero, 2022

MARCA: "BMW"



Registro marcario: 416369

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2010, p. 167-208

Puesta en circulación: 28 octubre, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2016, p. 52-97

Puesta en circulación: 27 septiembre, 2016

MARCA: "BODEGA AURRERÁ"



Registro marcario: 1174787

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2018, p. 150-168

Puesta en circulación: 26 junio, 2018

MARCA: "BOHEMIA"



Registro marcario: 163348

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 823-885

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021

MARCA: "BONAFONT"



Registro marcario: 420754

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2018, p. 70-149

Puesta en circulación: 26 junio, 2018

MARCA: "BRIDGESTONE"



Registro marcario: 1440418

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2015, p. 77-117

Puesta en circulación: 10 noviembre, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 73-102

Puesta en circulación: 10 marzo, 2022

MARCA: "BUBULUBU"



Registro marcario: 281881

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2013, p. 49-109

Puesta en circulación: 15 noviembre, 2013

MARCA: "BÚFALO"



Registro marcario: 663658

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2015, p. 92-128

Puesta en circulación: 13 octubre, 2015

Niega Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2022, p. 394-457

Puesta en circulación: 13 abril, 2022

MARCA: "CAGUAMA"



Registro marcario: 570851

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2018, p. 196-228

Puesta en circulación: 15 noviembre, 2018

MARCA: "CARTA BLANCA"



Registro marcario: 238683

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 747-822

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021

MARCA: "CINÉPOLIS"



Registro marcario: 1039899

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2009 (Addendum), p. 9-139

Puesta en circulación: 15 enero, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2015, p. 39-75

Puesta en circulación: 12 febrero, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 25-72

Puesta en circulación: 10 marzo, 2022

MARCA: "CKLASS"

cklass

Registro marcario: 880569

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2014, p. 39-105

Puesta en circulación: 13 febrero, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2021, p. 21-90

Puesta en circulación: 14 mayo, 2021

MARCA: "CLIP"

clip

Registro marcario: 1394521

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2021, p. 22-114

Puesta en circulación: 15 julio, 2021

MARCA: "CLOE"

CLÖE

Registro marcario: 2330268

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 795-846

Puesta en circulación: 10 marzo, 2022

MARCA: "CLORALEX"

CLORALEX®

Registro marcario: 367713

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2014, p. 47-102

Puesta en circulación: 20 octubre, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2021, p. 501-618

Puesta en circulación: 10 junio, 2021

MARCA: "COFLEX"

coflex

Registro marcario: 836301

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2018, p. 98-146

Puesta en circulación: 21 mayo, 2018

MARCA: "COHIBA"



Registro marcario: 306470

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2012, p. 51-144

Puesta en circulación: 22 agosto, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 208-251

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

MARCA: "CONCORD"



Registro marcario: 453005

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2017, p. 134-146

Puesta en circulación: 12 octubre, 2017

MARCA: "COPPEL"



Registro marcario: 692179

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2019, p. 33-98

Puesta en circulación: 11 marzo, 2019

MARCA: "CORONA"



Registro marcario: 841746

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2017, p. 60-198

Puesta en circulación: 13 septiembre, 2017

MARCA: "CRUZ AZUL"



Registro marcario: 1931541

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2019, p. 29-87

Puesta en circulación: 6 diciembre, 2019

MARCA: "CUADRA"

Registro marcario: 590634

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2022, p. 68-219

Puesta en circulación: 17 junio, 2022

The logo for CUADRA, featuring the word "CUADRA" in a bold, serif font with a registered trademark symbol.

MARCA: "CHEETOS"

Registro marcario: 552026

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 371-493

Puesta en circulación: 10 marzo, 2022

The logo for Cheetos, featuring the word "Cheetos" in a stylized, cursive font.

MARCA: "DANONE"

Registro marcario: 872466

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 417-524

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021

The logo for DANONE, featuring the word "DANONE" in a bold, sans-serif font inside a black oval shape.

MARCA: "DEL FUERTE"

Registro marcario: 216397

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2016, p. 183-241

Puesta en circulación: 13 julio, 2016

The logo for Del Fuerte, featuring the words "Del Fuerte" in a stylized font inside a black oval shape with a flower-like symbol above the word "Fuerte".

MARCA: "DOÑA LUCHA"

Registro marcario: 1352598

Niega solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2021, p. 23- 67

Puesta en circulación: 10 marzo, 2021



MARCA: "DOÑA MARÍA"

The logo for Doña María features the brand name in a stylized, cursive script. 'Doña' is written in a smaller font above 'María', which is larger and more prominent.

Registro marcario: 186178

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2016, p. 32-70

Puesta en circulación: 14 abril, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2022, p. 302-381

Puesta en circulación: 17 junio, 2022

MARCA: "DORITOS"

The Doritos logo consists of the word 'Doritos' in a bold, sans-serif font, enclosed within a stylized, jagged triangular shape that resembles a chip.

Registro marcario: 717701

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 494-685

Puesta en circulación: 10 marzo, 2022

MARCA: "DOS EQUIS"

The Dos Equis logo features the word 'DOS EQUIS' in a bold, sans-serif font, with a large 'XX' above it. A small 'CERVEZA' is written above the 'XX'. The logo is set against a dark background with a light border.

Registro marcario: 1930907

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 258-311

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021

MARCA: "E-PURA"

The e.pura logo features the word 'e.pura' in a lowercase, sans-serif font. The 'e' is smaller and positioned to the left of 'pura'. The logo is set against a dark background with a light border.

Registro marcario: 851787

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2020, p. 21-102

Puesta en circulación: 9 diciembre, 2020

MARCA: "EL CHAPULÍN COLORADO"

The El Chapulín Colorado logo features the brand name in a stylized, blocky font. 'EL CHAPULÍN' is above 'COLORADO'. A small 'CH' logo is visible on the left side.

Registro marcario: 555383

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2015, p. 24-61

Puesta en circulación: 9 diciembre, 2015

MARCA: "EL CHAVO"

Registro marcario: 969409

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2013, p. 37-59

Puesta en circulación: 16 enero, 2014



MARCA: "ELEKTRA"

Registro marcario: 75094

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 27-333

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021



MARCA: "ELD ESCUELA LIBRE DE DERECHO"

Registro marcario: 711239

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2018, p. 137-174

Puesta en circulación: 11 enero, 2019



MARCA: "EL PALACIO DE HIERRO"

Registro marcario: 997244

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2012, p. 53-102

Puesta en circulación: 11 octubre, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 474-524

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018



MARCA: "EMPERADOR"

Registro marcario: 448088

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2016, p. 33-74

Puesta en circulación: 17 noviembre, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 217-321

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022



MARCA: "ENSUEÑO"



Registro marcario: 891080

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2021, p. 189-381

Puesta en circulación: 12 noviembre, 2021

MARCA: "ESTAFETA"



Registro marcario: 370930

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2020, p. 71-157

Puesta en circulación: 18 septiembre, 2020

MARCA: "EXA"



Registro marcario: 630027

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2016, p. 28-32

Puesta en circulación: 17 noviembre, 2016

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2017, p. 108-133

Puesta en circulación: 11 abril, 2017

MARCA: "FIRESTONE"



Registro marcario: 14524

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2015, p. 118-147

Puesta en circulación: 10 noviembre, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 103-205

Puesta en circulación: 11 marzo, 2022

MARCA: "FISHER'S"



Registro marcario: 582471

Niega solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2021, p. 318-369

Puesta en circulación: 15 julio, 2021

MARCA: "FLEXI"

Registro marcario: 674758

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2010, p. 37-91

Puesta en circulación: 14 enero, 2011



MARCA: "FLEXI"

Registro marcario: 868350

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2017, p. 113-165

Puesta en circulación: 14 agosto, 2017



MARCA: "GAMESA"

Registro marcario: 347617

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2016, p. 75-121

Puesta en circulación: 17 noviembre, 2016



MARCA: "GANDHI"

Registro marcario: 559538

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2012, p. 49-142

Puesta en circulación: 20 noviembre, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 78-145

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018



MARCA: "GANSITO"

Registro marcario: 95836

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2010, p. 27-99

Puesta en circulación: 13 abril, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2015, p. 54-90

Puesta en circulación: 13 octubre, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2021, p. 23-169

Puesta en circulación: 14 diciembre, 2021



MARCA: "GOOGLE"



Registro marcario: 1280950

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 525-674

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021

MARCA: "HARMON HALL"



Registro marcario: 707108

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2010, p. 39-100

Puesta en circulación: 28 octubre, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2016, p. 242-280

Puesta en circulación: 13 julio, 2016

Niega Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2022, p. 333-393

Puesta en circulación: 13 abril, 2022

MARCA: "HARPIC"



Registro marcario: 236065

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2016, p. 29-66

Puesta en circulación: 11 marzo, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2021, p. 144-229

Puesta en circulación: 13 julio, 2022

MARCA: "HELVEX"



Registro marcario: 958168

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2014, p. 47-98

Puesta en circulación: 12 septiembre, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 251-292

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

MARCA: "HERDEZ"

Registro marcario: 61432

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2014, p. 45-88

Puesta en circulación: 13 noviembre, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 293-380

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

HERDEZ.

MARCA: "HERRADURA"

Registro marcario: 1381491

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2022, p. 24-103

Puesta en circulación: 13 julio, 2022



MARCA: "HERSHEY'S"

Registro marcario: 1334210

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2020, p. 103-169

Puesta en circulación: 9 diciembre, 2020

HERSHEY'S

MARCA: "HOT WHEELS"

Registro marcario: 233733

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 21-108

Puesta en circulación: 13 enero, 2021



MARCA: "HOT SALE"

Registro marcario: 1920845

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2021, p. 107-188

Puesta en circulación: 12 noviembre, 2021



MARCA: "IBERO"



Registro marcario: 1217918

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2022, p. 167-216

Puesta en circulación: 16 agosto, 2022

MARCA: "ILUSIÓN"



Registro marcario: 1474836

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2014, p. 89-167

Puesta en circulación: 13 noviembre, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2020, p. 319-420

Puesta en circulación: 9 diciembre, 2020

MARCA: "IMSS"



Registro marcario: 2320258

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2022, p. 217-346

Puesta en circulación: 16 agosto, 2022

MARCA: "IMSS SEGURIDAD Y
SOLIDARIDAD SOCIAL"



Registro marcario: 550086

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2016, p. 27-79

Puesta en circulación: 10 octubre, 2016

MARCA: "INDIO"



Registro marcario: 602012

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 356-416

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021

MARCA: "INFONAVIT"



Registro marcario: 462315

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 581-863

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021

MARCA: "INTEL"



Registro marcario: 277115

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2010, p. 25-77

Puesta en circulación: 9 septiembre, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2016, p. 60-91

Puesta en circulación: 15 junio, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2021, p. 69-
(sólo se incluyó hasta la página 126 de esta actualización)

Puesta en circulación: 12 enero, 2022

MARCA: "iPHONE"



Registro marcario: 1039157

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2014, p. 103-145

Puesta en circulación: 20 octubre, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 381-414

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

MARCA: "ITALIKA"



Registro marcario: 1864972

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 481-580

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021

MARCA: "JARRITOS"

Registro marcario: 75959

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 25-176

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022



MARCA: "JOHN DEERE"

Registro marcario: 574270

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2020, p. 16-25

Puesta en circulación: 30 julio, 2020



JOHN DEERE

MARCA: "JOSE CUERVO"

Registro marcario: 382031

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2010, p. 101-165

Puesta en circulación: 28 octubre, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2016, 30-65

Puesta en circulación: 13 julio, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2022, 233-332

Puesta en circulación: 13 abril, 2022



MARCA: "KIDZANIA"

Registro marcario: 810047

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2018, p. 206-240

Puesta en circulación: 21 mayo, 2018



MARCA: "LA BOTANERA"

Registro marcario: 375684

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2022, p. 127-282

Puesta en circulación: 9 febrero, 2022



MARCA: "LA COSTEÑA"

Registro marcario: 921264



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2014, p. 47-164

Puesta en circulación: 20 mayo, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2020, p. 30-105

Puesta en circulación: 20 agosto, 2020

MARCA: LACOSTE (INNOMINADA)

Registro marcario: 96072



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2020, p. 160-229

Puesta en circulación: 23 marzo, 2020

MARCA: "LALA"

Registro marcario: 1522214



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2018, p. 103-185

Puesta en circulación: 16 agosto, 2018

MARCA: "LAS MOMIAS DE GUANAJUATO"

Registro marcario: 1634161



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2018, p. 36-129

Puesta en circulación: 11 abril, 2018

MARCA: "LEGO"

Registro marcario: 443052



Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2015. p. 62-135

Puesta en circulación: 9 julio, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2022, p. 18-126

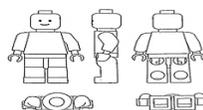
Puesta en circulación: 9 febrero, 2022

MARCA: "LEGO JURIS A/S" TRIDIMENSIONAL

Registro marcario: 1172732

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p. 261-492

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022



MARCA: "LG"

Registro marcario: 509298

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2015, p. 62-188

Puesta en circulación: 9 diciembre, 2015



MARCA: "LYSOL"

Registro marcario: 1561415

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2022, p. 175-232

Puesta en circulación: 13 abril, 2022



MARCA: "LIVERPOOL"

Registro marcario: 1173142

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2022, p. 177-397

Puesta en circulación: 14 septiembre, 2022



MARCA: "MAMÁ LUCHA"

Registro marcario: 956908

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2019, p. 23- 29

Puesta en circulación: 16 enero, 2020



MARCA: "MARINELA"



Registro marcario: 295644

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2010, p. 195-274

Puesta en circulación: 13 abril, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2015, p. 25-76

Puesta en circulación: 10 noviembre, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2021, p. 170-285

Puesta en circulación: 14 diciembre, 2021

MARCA: "MASSIMO DUTTI"



Registro marcario: 627417

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2018, p. 59-96

Puesta en circulación: 11 enero, 2019

MARCA: "MEGACABLE"



Registro marcario: 624040

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2022, p. 25-106

Puesta en circulación: 16 agosto, 2022

MARCA: "MERCK"



Registro marcario: 85741

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2018, p. 148-205

Puesta en circulación: 21 mayo, 2018

MARCA: "MEXICANA"



Registro marcario: 591140

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2021, p. 84-182

Puesta en circulación: 16 abril, 2021

MARCA: "MICROSOFT"

Registro marcario: 283589

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2010. P. 49-100

Puesta en circulación: 13 diciembre, 2010

The Microsoft logo, featuring the word "Microsoft" in a bold, sans-serif font with a registered trademark symbol.

MARCA: "M"

Registro marcario: 942216

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 272-347

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018



MARCA: "MONSTER"

Registro marcario: 766635

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 186-271

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018



MARCA: "NACIONAL MONTE DE PIEDAD"

Registro marcario: 1338179

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2013, p. 53-189

Puesta en circulación: 21 agosto, 2013

Actualización. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 32-77

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018



MARCA: "NISSAN"

Registro marcario: 96287

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2017, p. 60-112

Puesta en circulación: 14 agosto, 2017

The Nissan logo, featuring the word "NISSAN" in a bold, sans-serif font.

MARCA: "NOCHE BUENA"

Registro marcario: 602011

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 312-355

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021



MARCA: "TAZA ROJA (NESCAFÉ)" (INNOMINADA)

Registro marcario: 880832

Niega declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2020, p. 210-364

Puesta en circulación: 9 noviembre, 2020



MARCA:(INNOMINADA)

Registro marcario: 797100

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2018, p. 38-98

Puesta en circulación: 12 marzo, 2018



MARCA: NIKE

Registro marcario: 252062

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2018, p. 100-169

Puesta en circulación: 12 marzo, 2018

MARCA: "NUTRIOLI"

Registro marcario: 43735

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2020, p. 170-276

Puesta en circulación: 9 diciembre, 2020



MARCA: "NUTRISA"



Registro marcario: 817447

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2018, p. 118-147.

Puesta en circulación: 26 julio, 2018

MARCA: "OMNILIFE"



Registro marcario: 556402

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2015, p. 71-140

Puesta en circulación: 12 marzo, 2015

MARCA: "OXXO"



Registro marcario: 453234

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2017, p. 89-120

Puesta en circulación: 15 mayo, 2017

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2022, p. 347-537

Puesta en circulación: 16 agosto, 2022

MARCA: "PARAMETRÍA"



Registro marcario: 1858409

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2018, p. 97-135

Puesta en circulación: 11 enero, 2019

MARCA: "PEMEX"



Registro marcario: 522165

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2011, p. 85-120

Puesta en circulación: 15 junio, 2011

Actualización. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo 2017, p. 30-71

Puesta en circulación: 11 abril, 2017

Actualización. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo 2022, p. 382-464

Puesta en circulación: 17 junio, 2022

MARCA: "PEPSI"



Registro marcario: 346468

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2011, p. 45-95

Puesta en circulación: 12 abril, 2011

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2017, p. 36-59

Puesta en circulación: 13 septiembre, 2017

MARCA: "PHOTOSHOP"

PHOTOSHOP

Registro marcario: 670716

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 146-185

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018

MARCA: "PINOL"



Registro marcario: 472540

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2014, p. 49-113

Puesta en circulación: 16 abril, 2014

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 181-207

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

MARCA: "PUEBLOS MÁGICOS"



Registro marcario: 740363

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2017, p. 34-133

Puesta en circulación: 12 octubre, 2017

MARCA: "PULL & BEAR"

PULL&BEAR

Registro marcario: 424692

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2021, p. 356-423

Puesta en circulación: 10 junio, 2021

MARCA: "PUMA SE" (INNOMINADA)

Registro marcario: 905510

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2021, p. 225-317

Puesta en circulación: 15 julio, 2021



MARCA: "RED BULL"

Registro marcario: 848424

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2010, p. 25-83

Puesta en circulación: 10 marzo, 2010

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2015, p. 24-52

Puesta en circulación: 13 de octubre, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2022, p. 230-365

Puesta en circulación: 13 de julio, 2022

Red Bull



MARCA: (INNOMINADA)

Registro marcario: 1165190

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2012, p. 99-219

Puesta en circulación: 30 marzo, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2018, p. 230-267

Puesta en circulación: 15 noviembre, 2018



MARCA: "RESUELVE TU DEUDA"

Registro marcario: 1722320

Desecha solicitud: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2019, p. 33-35

Puesta en circulación: 10 julio, 2019



MARCA: "RICOLINO"



Registro marcario: 255612

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2016, p. 66-182

Puesta en circulación: 13 julio, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2022, p. 104-143

Puesta en circulación: 13 julio, 2022

MARCA: "RUFFLES"



Registro marcario: 977836

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 206-370

Puesta en circulación: 10 marzo, 2022

MARCA: "SABRITAS"



Registro marcario: 98999

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2016, p. 28-87

Puesta en circulación: 14 diciembre, 2016

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2022, p. 322-497

Puesta en circulación: 14 octubre, 2022

MARCA: "SALADITAS"



Registro marcario: 551018

Declaratoria. GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo 2017, p. 72-107

Puesta en circulación: 11 abril, 2017

MARCA: "SCHICK"



Registro marcario: 287891

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2017, p. 210-299

Puesta en circulación: 11 abril, 2017

MARCA: "SÍ VALE"

Registro marcario: 593922

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2017, p. 33-88

Puesta en circulación: 15 mayo, 2017



MARCA: "SICO"

Registro marcario: 391088

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2015, p. 47-186

Puesta en circulación: 14 mayo, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 864-933

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021



MARCA: "SIETE MACHOS"

Registro marcario: 30648

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2016, p. 32-59

Puesta en circulación: 15 de junio, 2016



MARCA: "SOL"

Registro marcario: 238683

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2021, p. 675-746

Puesta en circulación: 11 octubre, 2021



MARCA: "SONORA GRILL"

Registro marcario: 1933263

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2018, p. 146-195

Puesta en circulación: 15 noviembre, 2018



MARCA: "SOY TOTALMENTE PALACIO"

SOY TOTALMENTE PALACIO

Registro marcario: 645851

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2012, p. 103-152

Puesta en circulación: 11 octubre, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, noviembre, 2018, p. 420-473

Puesta en circulación: 11 diciembre, 2018

MARCA: "SPEI"

SPEI

Registro marcario: 998207

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2020, p. 125-201

Puesta en circulación: 14 octubre, 2020

MARCA: "SUAVITEL"

Suavitel

Registro marcario: 415924

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2018, p. 36-96

Puesta en circulación: 21 mayo, 2018

MARCA: "SUPERIOR"

CERVEZA
Superior

Registro marcario: 269822

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2021, p. 424-500

Puesta en circulación: 10 junio, 2021

MARCA: "SUPERMAN"

SUPERMAN

Registro marcario: 366500

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2012, p. 35-155

Puesta en circulación: 14 enero, 2013

MARCA: "S"



Registro marcario: 580446

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2012, p. 35-166

Puesta en circulación: 1 abril, 2013

Registro marcario: 580446

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2013, p. 37-168

Puesta en circulación: 21 febrero, 2013

MARCA: "TAKIS"



Registro marcario: 547799

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2012, p. 51-125

Puesta en circulación: 17 abril, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 415-546

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

MARCA: "TAKIS" TRIDIMENSIONAL



Registro marcario: 1172732

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2014, p. 207-299

Puesta en circulación: 19 enero, 2015

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2020, p. 547-627

Puesta en circulación: 13 enero, 2021

MARCA: "TEC"



Registro marcario: 803278

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2019, p. 141-158

Puesta en circulación: 12 junio, 2019

MARCA: “TECNOLÓGICO DE
MONTERREY”



Registro marcario: 803278

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2019, p. 33-140

Puesta en circulación: 12 junio, 2019

MARCA: “TECATE”



Registro marcario: 134004

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2015, p. 20-47

Puesta en circulación: 20 enero, 2016

Desistimiento: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2021, p. 23-26

Puesta en circulación: 12 agosto, 2021

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, octubre, 2021, p. 22-106

Puesta en circulación: 12 noviembre, 2021

MARCA: “TELEVISA”



Registro marcario: 858155

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, agosto, 2012, p. 51-129

Puesta en circulación: 17 septiembre, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, enero, 2020, p. 29-60

Puesta en circulación: 11 febrero, 2020

MARCA: “THE HOME DEPOT”



Registro marcario: 382465

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2018, p. 38-69

Puesta en circulación: 26 junio, 2018

MARCA: "TÍA ROSA"



Registro marcario: 168816

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2013, p. 57-127

Puesta en circulación: 23 octubre, 2013

Actualización: GPI: Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2020, p. 106-155

Puesta en circulación: 20 agosto, 2020

MARCA: "TORTILLINAS"



Registro marcario: 409826

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2014, p. 149-206

Puesta en circulación: 19 enero, 2015

Actualización: GPI: Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2021, p. 23-83

Puesta en circulación: 16 abril, 2021

MARCA: "TOSTITOS"



Registro marcario: 1446894

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, febrero, 2022, p. 686-794

Puesta en circulación: 10 marzo, 2022

MARCA: "TV AZTECA"



Registro marcario: 568657

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2022, p. 25-260

Puesta en circulación: 23 mayo, 2022

MARCA: "UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA
Y DISEÑO"



Registro marcario: 1946996

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, julio, 2022, p. 107-166

Puesta en circulación: 16 agosto, 2022

MARCA: "VERDE VALLE"

The logo for Verde Valle, featuring the brand name in a stylized, cursive font.

Registro marcario: 251457

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2017, p. 134-183

Puesta en circulación: 11 abril, 2017

MARCA: "VERO"

The logo for Vero dulces, featuring the word "Vero" in a bold, rounded font with "dulces" written in a smaller font above it.

Registro marcario: 658862

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2021, p. 201-
(sólo se incluyó hasta la página 244 de esta declaratoria)

Puesta en circulación: 12 enero, 2022.

MARCA: "VICTORIA"

The logo for Victoria, featuring the brand name in a cursive, script font.

Registro marcario: 905510

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, junio, 2021, p. 115-224

Puesta en circulación: 15 julio, 2021

MARCA: "VINCI"

The logo for Vinci, featuring the brand name in a bold, sans-serif font inside a black oval.

Registro marcario: 890229

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, marzo, 2017, p. 184-209

Puesta en circulación: 11 abril, 2017

MARCA: "VOGUE"

The logo for VOGUE, featuring the brand name in a bold, serif font.

Registro marcario: 15838

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2017, p. 148-
187

Puesta en circulación: 12 octubre, 2017

MARCA: "VOLARIS"

Registro marcario: 900770

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, abril, 2021, p. 91-210

Puesta en circulación: 14 mayo, 2021



MARCA: "YAHOO!"

Registro marcario: 573530

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2012, p. 53-88

Puesta en circulación: 19 junio, 2012

Actualización: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, diciembre, 2018, p.175-215

Puesta en circulación: 11 enero, 2019



MARCA: "YAZBEK"

Registro marcario: 657293

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, mayo, 2022, p. 24-67

Puesta en circulación: 17 junio, 2022



MARCA: "ZARA"

Registro marcario: 400136

Declaratoria: GPI. Protección a la Propiedad Intelectual, septiembre, 2018, p. 136-236

Puesta en circulación: 10 octubre, 2018



6.3 Análisis de la información

- Al inicio de este proyecto no era posible obtener un listado de las declaratorias de marcas famosas y notorias, no obstante, la existencia de la base de datos SIGA que desde 2009 estructuró el IMPI.

Es hasta mayo del año 2020 que a través de inteligencia artificial con la base de datos MARCia se logra un listado de este tipo de marcas, aunque con varias deficiencias que a continuación serán detalladas.

- El listado que proporciona MARCia es incompleto y deficiente pues en ningún momento indica el nombre de la Gaceta en donde se publican las declaratorias de marcas notorias y famosas. Por supuesto, tampoco se indica la página, o se proporciona un enlace o archivo en donde esta información aparecen. Como ya se mencionó, hasta la fecha existen 25 subtítulos de Gacetas, pero jamás se hace referencia a que la Gaceta de Protección a la Propiedad Intelectual, bajo el Capítulo denominado “Notificaciones y Declaraciones Administrativas emitidas por la Subdirección Divisional de Marcas Notorias, Investigación, Control y Procesamiento de Documentos”, publica las declaratorias, sus actualizaciones o el desechamiento de las mismas.
- MARCia proporciona los datos generales de cada marca, la denominación, el número de expediente, la fecha de presentación, el tipo de solicitud, la clase, el registro base, el expediente como marca notoria y un número de oficio, pero todos estos datos no permiten localizar con precisión la declaratoria, ni en MARCia y mucho menos en SIGA.
- Si bien es cierto que se proporciona la fecha de presentación de la solicitud, también es cierto que ésta difiere de la fecha de puesta en circulación de la Gaceta.

Del Catálogo integrado, se obtuvo la siguiente información:

MARCAS NOTORIAS

- 1) Hasta el 4 de noviembre del 2022, la base de datos MARCia refiere un total de 39 declaratorias de notoriedad, no obstante, el catálogo elaborado enlista 47.
- 2) Las declaratorias de las marcas “ANN TAYLOR”, “CONCHITAS”, “FISHER´S”, “JHOPSO”, “PISA”, “SALVATORE FERRAGAMO”, “UABC” y “UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE BAJA CALIFORNIA” no aparecen en el listado de marcas notorias que proporciona MARCia.

Las fechas de las declaratorias omitidas oscilan entre 2018 y 2022. Estas declaratorias están vigentes, no obstante, no las incluye el listado que proporciona la base de datos.

- 3) Hasta diciembre de 2020 la marca “SENOSIAIN” se incluía en el listado de marcas famosas, siendo que se trata de una marca notoria.
- 4) La primera declaratoria de notoriedad fue la marca “ANDREA”, publicada en la Gaceta de mayo del 2009 y puesta en circulación el 10 de junio del mismo año.
- 5) Existen diversas solicitudes de declaratoria de notoriedad que han sido desechadas o negadas. Esta información es publicada en la Gaceta, pero no incluida en el listado que proporciona MARCia no obstante la importancia que esta documentación tiene para titulares, investigadores, abogados, estudiosos y público en general.
- 6) Se han desechado o negado 28 solicitudes de declaratoria de notoriedad de las marcas “AHORA GARIS EN LA PALMA DE TU MANO”, “ALEN”, “B BOOST”, “BLANCATEL”, “CANCÚN”, “DONDE SU DINERO RINDE MÁS”, “EL SERVICIO LLEGA HASTA USTED”, “EXPO GARIS”, “FLASH”, “GARIS”, “GARIS (DISEÑO)” “GARIS, EL NEGOCIO AL SERVICIO DE SU NEGOCIO”, “GARIS APP”, “GARIS APP TENDERO”, “GARIS DONDE SU DINERO RINDE MÁS”, “GARIS SUPER”, “GARIS.COM.MX”, “MAYAKOBA”, “PT PLAZA DE LA TECNOLOGÍA”, “SERVICIO COMERCIAL GARIS S.A. DE C.V.”, “TIENDA AMIGA”, “TIENDA AMIGA (DISEÑO)”, “TU GARIS, EN TU CELULAR”,

“VALENTINA”, “@SERCOMGARIS”, “#DONDESUDINERORINDEMÁS”, “#GARISSUPER” y “#SOLOENGARIS” .

- a)** Referente a las marcas “AHORA GARIS EN LA PALMA DE TU MANO”, “DONDE SU DINERO RINDE MÁS”, “EXPO GARIS”, “GARIS”, “GARIS (DISEÑO)” “GARIS, EL NEGOCIO AL SERVICIO DE SU NEGOCIO”, “GARIS APP”, “GARIS APP TENDERO”, “GARIS DONDE SU DINERO RINDE MÁS”, “GARIS SUPER”, “GARIS.COM.MX”, “SERVICIO COMERCIAL GARIS S.A. DE C.V.”, “TU GARIS, EN TU CELULAR”, “@SERCOMGARIS”, “#DONDESUDINERORINDEMÁS”, “#GARISSUPER” y “#SOLOENGARIS, en general no se desahogaron diversos requerimientos como acreditar personalidad, proporcionar datos como nacionalidad, domicilio, número telefónico y correo electrónico, no se realizaron ciertas aclaraciones, no se presentó estudio de mercado ni se acreditó el uso de la marca y el tiempo de publicidad efectiva y no se presentaron ciertos documentos ni se realizaron pagos requeridos, por lo que todas estas solicitudes de declaratoria de marca notoria fueron desechadas o negadas.
- b)** En lo que respecta a las marcas “ALEN”, “BLANCATEL” Y “FLASH”, pertenecen a la misma empresa y tienen el mismo apoderado legal, por lo que en general comparten las razones por las cuales sus solicitudes fueron desechadas. Las causas fueron falta de documentos, información incompleta, aclaraciones, omisiones y enmiendas que van desde la carencia de documentos originales o copias certificadas, encuestas o estudios de mercado, acreditación de la difusión de la marca a través de diversos medios (periódicos, revistas, televisión, radio e internet), presentación de un catálogo de productos y detallar los canales de comercialización en México y el extranjero, entre otras omisiones.
- c)** En lo que concierne a la marca “B BOOTS” se le niega la declaratoria por no acreditar el uso del registro marcario y no demostrar su uso.

- d)** Se niega la solicitud de la marca “CANCÚN” porque no se aportaron todos los elementos, datos y documentos requeridos; no obstante, la Coordinación Departamental de Resoluciones de Marcas Notorias valoró que éstos no fueron los idóneos y suficientes para acreditar de forma fehaciente que la marca es notoriamente conocida en México, por lo que le fue negada la declaratoria de notoriedad.
- e)** La solicitud de declaratoria de notoriedad del aviso comercial “EL SERVICIO LLEGA HASTA USTED” se desecha, debido a que sólo las marcas pueden obtener el nivel de conocimiento necesario a efecto de poder ser declaradas notorias.
- f)** En lo que respecta a la marca “MAYAKOBA”, la solicitud de ésta es desechada principalmente por deficiencias en la metodología empleada en la investigación de mercado, aunado a ello no se desahogaron las pruebas que acreditaran los canales de comercialización y los medios de difusión de la marca.
- g)** En el caso de “PT PLAZA DE LA TECNOLOGÍA”, la solicitud es desechada debido a que no se presentó promoción alguna, ni se desahogaron los requerimientos respecto a la información sobre la encuesta, los elementos y documentos probatorios relacionados con los consumidores reales y potenciales y círculos comerciales que identifican la marca, los documentos probatorios respecto su uso continuo y publicidad efectiva en México y en el extranjero, entre otros datos.
- h)** La marca “RESUELVE TU DEUDA” presentó omisiones y las subsanó, pero de manera extemporánea, por lo que se procedió a desechar la solicitud..
- i)** De las marcas “TIENDA AMIGA” y “TIENDA AMIGA (DISEÑO)”, no se acreditó personalidad ni se proporcionaron diversos datos y documentos requeridos. Tampoco se presentó estudio de mercado ni se acreditó el uso de la marca y el tiempo de publicidad efectiva.

- j) Finalmente, en lo que respecta a la marca “VALENTINA” no se acreditó personalidad y se presentó un estudio de mercado insuficiente. No se probó el tiempo de uso continuo de la marca y su publicidad efectiva en el extranjero.
- 7) El trámite de solicitud de declaratoria de la marca “CAGUAMÓN”, es el único declarado caduco debido a que su titular se desistió o abandonó el trámite por así convenir a sus intereses, razón por la cual el asunto quedó total y definitivamente concluido, declarándose la caducidad del procedimiento.
- 8) Por último está el caso de la marca “DPORTENIS” cuya solicitud de marca notoria inicialmente es desechada, pero un año después obtiene la declaratoria debido a la subsanación de diversos requisitos a través de datos y documentos exhibidos, se admitió nuevamente a trámite la solicitud. La Coordinación de Resoluciones de Marcas Notorias determinó que se aportaron los medios probatorios idóneos y suficientes para acreditar que la marca es notoriamente conocida en México, por lo que la declaratoria le fue expedida.
- 9) El caso de la marca “JHOPSO” es el mismo que el de “DPORTENIS”. La solicitud es inicialmente desechada en diciembre del 2019 debido a la falta de datos al no incluir un universo mayor de consumidores reales y potenciales en un estudio de mercado, y al no poder acreditar el uso continuo de la marca en México y el extranjero. No obstante, en octubre de 2021 finalmente es puesta en circulación la Gaceta en donde se otorga la declaratoria de notoriedad.
- 10) “GARIS” es la única solicitud de declaratoria de notoriedad que ha sido desechada en tres ocasiones.
- 11) Las solicitudes de “GARIS, DONDE SU DINERO RINDE MÁS” y “SERVICIO COMERCIAL GARIS, S.A. DE C.V.” han sido desechadas en dos ocasiones.

MARCAS FAMOSAS

- 12) Hasta el 4 de noviembre del 2022, la base de datos MARCia refiere un total de 140 declaratorias de fama, no obstante, el catálogo elaborado ha computado 161.
- 13) Las marcas “ANDREA”, “BARCEL”, “ELEKTRA”, “LAS MOMIAS DE GUANAJUATO”, “MERCK”, “RICOLINO” y “VERO”, cuentan tanto con la declaratoria de notoriedad como la de fama.
- 14) La primera declaratoria de fama fue la de la marca “Cinépolis”, publicada en la Gaceta de diciembre del 2009 y puesta en circulación el 15 de enero del año 2010.
- 15) Existen diversas solicitudes de declaratoria de fama que han sido desechadas o negadas. Se presenta el mismo caso de las marcas notorias, es decir, son publicadas en la Gaceta, pero no son incluidas en MARCia, no obstante lo valioso de esta información.
- 16) Se han desechado o negado 11 solicitudes de declaratoria de fama de las marcas “ARA”, “ARABELA”, “BENOTTO” “CONCORD”, “DOÑA LUCHA”, “EXA” “FISHER’S”, “JOHN DEERE”, “MAMÁ LUCHA”, “TAZA ROJA (NESCAFÉ)” Y “RESUELVE TU DEUDA”
 - a) Del anterior listado algunas marcas presentan nuevamente solicitud de declaratoria, como son los casos de:
 - “ARA”, que en noviembre del año 2019 se desecha la solicitud y en mayo de 2021 esta marca logra ser declarada famosa. Este caso se explica en el punto 17.
 - La marca “BENOTTO”, inicialmente es desechada en mayo del 2016, y en agosto del mismo año obtiene la declaratoria. Caso considerado en el numeral 18.
 - La marca “EXA” es desechada en octubre del 2016, aunque cinco meses después obtiene la declaratoria de fama. Este tema se observa en el punto 19.

- b) Se niega la declaratoria de fama de “ARABELA” por ser insuficientes el estudio de mercado y el universo al que se aplican las encuestas y por no comprobar que la marca es conocida en todos los círculos comerciales.
- c) Respecto a la marca “CONCORD”, se deshecha la solicitud debido a que los datos fueron escasos, se omitieron pagos y los elementos probatorios fueron insuficientes.
- d) La solicitud de la marca “DOÑA LUCHA” es negada, a razón de que no logró acreditar los consumidores reales o potenciales, comerciantes, industriales y prestadores de servicios que identifiquen la marca, la fecha de primer uso de la marca en México y el extranjero, la inversión en publicidad durante los últimos tres años en México y el extranjero, el área geográfica de influencia efectiva, el volumen de ingresos percibidos y el valor económico que representa la marca.
- e) La solicitud de “FISHER’S” es negada pues no se logra acreditar que esta marca sea conocida por la mayoría del público consumidor a lo largo y ancho de la República Mexicana, aunque ya cuenta con la declaratoria de notoriedad.
- f) En cuanto a la solicitud de “JOHN DEERE”, no se advirtió promoción alguna en la que se hayan desahogado los requerimientos de información, tales como los consumidores reales y potenciales que identifiquen la marca, fecha de primer uso de la marca, medios de difusión de la marca e inversión en publicidad en los últimos tres años en México y el extranjero, documentos en idioma distinto al español, área geográfica de influencia efectiva de la marca, volumen de ventas y valor económico de la marca.
- g) La solicitud de “MAMÁ LUCHA” también es desechada debido a que no incluye información como los consumidores reales y potenciales que identifiquen la marca, el tiempo de uso continuo, canales de comercialización, medios de difusión de la marca en México y en el extranjero, tiempo de publicidad efectiva de la marca, área geográfica de

influencia efectiva de la marca, volumen de ventas, valor económico de la marca, licencias y franquicias otorgadas, además de aclarar cierta información proporcionada.

h) La marca innominada “TAZA ROJA” no identifica en su solicitud ser independiente a la marca “NESCAFÉ”. Acreditó publicidad dirigida para NESCAFÉ y no para la marca “TAZA ROJA”.

- 17) La solicitud de la marca “ARA” es desechada debido a que no se exhibieron todos los documentos ni las pruebas requeridas en el plazo establecido, presentándose posteriormente en forma extemporánea. En MARCia aún no aparece la declaratoria de junio del 2021.
- 18) La solicitud de la marca “BENOTTO” es desechada debido a que no se exhibió el pago por la emisión de la declaratoria. No obstante, tres meses después obtiene la declaratoria.
- 19) En el caso de “EXA” no se realizó promoción alguna respecto al desahogo de requerimientos, por lo que se procedió a desechar la solicitud. Cinco meses después, una vez satisfechos todos los requisitos, en marzo del 2017 obtiene la declaratoria de fama.
- 20) En lo que respecta a marcas famosas, hay dos desistimientos al trámite del procedimiento de declaración administrativa. El de la marca “BARDAHL” y el de la marca “TECATE”. Ambos actos se publican en la Gaceta, pero tampoco MARCia los registra.

Cabe aclarar que ambas marcas ya contaban con una declaratoria de marca famosa previa. Los desistimientos se relacionan con la actualización a dichas declaratorias.

- 21) En el registro de la declaratoria de fama de la marca “LA COSTEÑA” al cual refiere MARCia, existe un error en la ficha. Se indica como fecha de presentación el 15 de abril del 2013, pero la fecha correcta es 15 de abril del 2014.

- 22)** La marca “TECNOLÓGICO DE MONTERREY” presenta un error al publicarse su declaratoria en la Gaceta. La página inicial hace referencia que el asunto a considerar es la declaratoria de fama de la marca “TEC DE MONTERREY”, pero al final del documento al resolver, se expide la declaratoria de fama de la marca “TECNOLÓGICO DE MONTERREY”, no “TEC DE MONTERREY”, y en realidad el documento refiere a la declaratoria de marca TECNOLÓGICO DE MONTERREY”.

La base de datos MARCia repite el error al referir a la declaratoria de “TEC DE MONTERREY”.

Cabe aclarar que se trata de dos declaratorias diferentes. Hay una declaratoria de fama para la marca “TEC DE MONTERREY” y otra declaratoria para la marca “TECNOLÓGICO DE MONTERREY”.

- 23)** No están registradas en MARCia, 16 “fechas de presentación” de actualizaciones de declaratorias de marcas famosas. Se encomilla “fecha de presentación” porque MARCia sólo proporciona esta fecha, no la fecha de puesta en circulación de la Gaceta.
- a)** MARCia sólo indica el año 2016 de la fecha de presentación de la declaratoria de fama de la marca “ACTIVIA”, pero omite la fecha de presentación de la actualización de 2022.
 - b)** Respecto a “BIMBO”, MARCia sólo indica la fecha de presentación de la primera actualización de la declaratoria, la del año 2016, pero omite la segunda del año 2022.
 - c)** En el caso de la marca “BRIDGESTONE”, no se indica la fecha de presentación de la actualización de febrero del 2022.
 - d)** Para la marca “CINÉPOLIS” se omite la fecha de presentación de la segunda declaratoria del año 2022.
 - e)** Con “CKLASS”, MARCia sólo indica la fecha de presentación de la declaratoria de 2014, pero omite la de la actualización de mayo del 2021, a

la que por cierto en la página 21 de la Gaceta, al indicarse el asunto, se señala que se trata de una declaratoria. Es hasta la página 90, en el numeral II de la Resolución, que se indica que se trata de una actualización de la declaratoria.

- f)** En lo que respecta a la marca “DOÑA MARÍA”, sólo se indica la fecha de presentación de 2016, pero no se incluye la fecha de la actualización de 2022.
- g)** La omisión de la fecha de presentación de la actualización de la marca “EL PALACIO DE HIERRO” es de mayor preocupación, ya que no es reciente, es del año 2018.
- h)** Para la marca “EMPERADOR”, MARCia omite la fecha de su actualización del año 2022 .
- i)** Con “FIRESTONE” también se omite se actualización de 2022.
- j)** Con respecto a la marca “GANSITO” sólo contiene su primera actualización de 2015. La segunda actualización de 2021 se excluye.
- k)** De igual forma para la marca “HARPIC”, MARCia omite la segunda actualización de 2022.
- l)** Para “HERDEZ”, se suprime la actualización de diciembre de 2020.
- m)** “INTEL” carece del registro de su segunda actualización del año 2021.
- n)** A la marca “JOSÉ CUERVO” también se le suprime el registro de su segunda actualización del año 2021.
- o)** “LEGO” no cuenta con la referencia a su actualización de declaratoria del año 2022.
- p)** La marca “MARINELA” también carece de la fecha de presentación de su segunda actualización de noviembre 2021.
- q)** Para “OXXO” tampoco se hace referencia a su actualización de 2022.

- r) La marca “PEMEX” solo indica fecha de presentación de su primera actualización de declaratoria. No se incluye la del año 2022.
 - s) Para “RED BULL” es el mismo caso. Sólo se indica fecha de presentación de su primera actualización de declaratoria. No se incluye fecha de presentación de su segunda actualización del año 2022.
 - t) La marca “RICOLINO” también carece de la fecha de su actualización del año 2022.
 - u) “SABRITAS” también carece de la fecha de presentación de su única actualización en 2022.
 - v) A “TAKIS” marca nominativa y “TAKIS” tridimensional, tampoco se les incluye fecha de su actualización de 2020.
 - w) A la marca “TECATE” le falta la fecha de su actualización de octubre del año 2021.
 - x) En lo que respecta a la marca “TELEVISA”, no se incluye la actualización de 2020.
- 24)** Se han desechado o negado hasta noviembre del 2022, 28 solicitudes de declaratorias de marcas notorias y 11 solicitudes de declaratorias de marcas famosas.
- 25)** En lo que respecta a las marcas “ALDO CONTI, ITALIA”, “CARTA BLANCA”, “CLOE”, “CUADRA”, “CHEETOS”, “DANONE”, “DOS EQUIS”, “GOOGLE”, “HERRADURA”, “IBERO”, “INDIO”, “JARRITOS”, “LA BOTANERA”, “LYSOL”, “LIVERPOOL”, “MEGACABLE”, “NOCHEBUENA”, “RUFFLES”, “SOL”, “UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA” y “YAZBEK”, hasta noviembre del 2022 no se incluyen en el listado de marcas famosas que arroja el sistema MARCia.
- Considerando la fecha más antigua de estas omisiones, aproximadamente no se incluyen declaratorias a partir de septiembre del año 2021; es decir, hay un retraso de más de un año en MARCia.

- 26) La hipótesis inicial es confirmada, el 100% de las declaratorias de marcas notorias y famosas que ha emitido el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, no pueden recuperarse a través de su base de datos SIGA.
- 27) Sólo el 75% de marcas notorias y famosas son enlistadas en MARCia, con referencias inexactas, con omisiones y arrojando un listado desactualizado.

PROPUESTA:

A través del análisis de todas las declaratorias de marcas notorias y famosas publicadas y el manejo de la Gaceta, se advierten desaciertos e inexactitudes ante las cuales surgen las siguientes sugerencias que muy probablemente permitirán difundirla y hacerla más accesible, en donde sin duda los más beneficiados serán los titulares de las marcas y los usuarios, ponderando con ello el derecho de acceso a la información respecto a las declaratorias:

1. El ejemplar de la Gaceta de Protección a la Propiedad Intelectual en donde se publican las declaratorias de marcas famosas y notorias, en particular contiene mucha información de diversos temas tales como: resoluciones de las notificaciones y declaraciones administrativas de nulidad, caducidad y cancelación de los registros de marcas y avisos comerciales; cesación de efectos de publicación de nombres comerciales; nulidad y caducidad de patentes de invención, registros de modelos de utilidad, diseños industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados; nulidad y cancelación de autorizaciones de uso de denominaciones de origen; resoluciones dictadas en los procedimientos de declaración administrativa de infracción en materia de comercio, previstas en la Ley Federal del Derecho de Autor; destino de bienes asegurados y finalmente, las resoluciones sobre las declaratorias de notoriedad o fama de marcas.

Dada la cantidad de información, lo más conveniente sería abrir o crear un nuevo ejemplar dedicado específicamente a marcas notorias y famosas, esto sin duda eliminaría mucha confusión en la búsqueda, destacando e identificando todo lo que tiene que ver con las declaratorias.

La existencia de una gaceta exclusiva para este tipo de información, por sí misma representaría mayor difusión, reconocimiento y a su vez mayor protección a estas marcas.

2. Es evidente que hay desaciertos y una mala gestión documental respecto a las declaratorias en las bases de datos del IMPI, al no poderse recuperar esta información directamente. El error se dio inicialmente en SIGA y no logró repararse íntegramente en MARCia, ya que específicamente la información de declaratorias de marcas notorias y famosas siempre se ha integrado en la Gaceta como imagen, y no como texto, situación que probablemente ha obstaculizado su recuperación en cualquier nivel de búsqueda.

Se dice que una base de datos es la piedra preciosa de la información, por tal motivo, valdría la pena rediseñar SIGA y MARCia, a fin de lograr bases de datos más sólidas.

3. Una adecuada indexación en una base de datos es la principal herramienta para optimizar el acceso a la información. Se requiere un cambio en los criterios de ingreso o clasificación de la información. Un índice eficaz facilitaría su búsqueda y selección. Es necesario clasificar la información con las voces adecuadas para lograr maximizar la eficiencia en las búsquedas.

4. También sería conveniente integrar más especialistas en propiedad intelectual que coadyuven a los creadores de bases de datos del IMPI en su diseño, construcción y alimentación, a fin de encaminarse continuamente a elevar la calidad, lo que sin duda se traduciría en mayor confianza por parte de los usuarios.

5. Finalmente, de forma periódica definir procesos de actualización, depuración y corrección de datos, con el fin de contar cada vez con referencias más limpias y precisas.

CONCLUSIONES

1. Hace falta proveer de mayor seguridad jurídica a las marcas notorias y famosas en nuestro país, sobre todo por las recientes negociaciones a través del Tratado Comercial entre México, Estados Unidos y Canadá. El no difundir sus declaratorias correctamente y al día, representa una gran desventaja para sus titulares.
2. Se deben proteger las grandes inversiones económicas que representan estas marcas, considerando que contribuyen al desarrollo económico del país y a la generación de empleos.
3. Es necesario establecer estrategias y medidas preventivas y punitivas más efectivas y eficaces, a fin de reducir la falsificación de productos y servicios relacionados con marcas notorias y famosas.
4. Aún hay mucho debate en lo que respecta a las declaratorias de marcas notorias y famosas, debido a que este trámite resulta muy costoso y complejo, no obstante la reciente reducción de requisitos en la nueva LFPPI.
5. La comprobación de la notoriedad y la fama de las marcas exige nuevamente una gran inversión ya que una vez declarada una marca como famosa o notoria tendrá que continuar invirtiendo para permanecer en la preferencia, conocimiento y reconocimiento del público y poder “actualizar” la declaratoria cada cinco años y comprobar mediante estudios y encuestas una vez más, que conserva su carácter de notoria o famosa.
6. Resulta contradictorio en la práctica que el IMPI no cumpla las formalidades que exige a los titulares de las marcas notorias y famosas en cuanto a difusión, y que contrariamente aminore la divulgación de la información de este tipo de marcas
7. Es claro que existe una limitante de acceso a la información sobre marcas notorias y famosas. El IMPI no está cumpliendo ni garantizando el derecho de acceso a la información, como así lo establece la LFPPI.

8. México no puede quedar excluido de los beneficios de la era informática, tiene que enfrentar y atenuar la brecha digital, nuestro gobierno debe orientar todos sus esfuerzos y recursos al desarrollo de una mayor y mejor infraestructura digital y tecnológica a través de políticas públicas eficaces.
9. De las limitantes al derecho de acceso a la información, no existe fundamento legal para que la información relacionada con las marcas notorias y famosas no sea difundida y mucho menos accesible en su totalidad.
10. La digitalización no es la solución a los problemas de información, sólo es una herramienta que debe emplearse apropiadamente para acceder, organizar y difundir información que sea fácil de recuperar y manipular.
11. El IMPI como órgano de difusión en materia de propiedad industrial a través de la Gaceta de la Propiedad Industrial, está obligado a promover la certeza jurídica respecto a propiedad industrial, difundiendo las declaratorias de notoriedad y de fama.
12. El derecho de acceso a la información con respecto al IMPI relacionado a las marcas notoriamente conocidas y famosas se cumple parcialmente. Ni el Instituto, ni las asociaciones profesionales, ni los organismos encargados de hacer cumplir la ley, han reparado o manifestado inconformidad sobre la grave omisión de información relacionada con este tipo de marcas.
13. La inteligencia artificial se desarrolla a través de algoritmos, los que a su vez emplean entre otros elementos, datos. Si el sistema se alimenta de datos erróneos o incompletos, el resultado será información inexacta y fragmentada.
14. Por todo lo anterior y en aras de solucionar la problemática que se plantea respecto de la publicación de las declaratorias de marcas notorias y famosas en la Gaceta de la Propiedad Industrial, se propone la creación de una gaceta exclusiva para este tipo de marcas.

Aunado a ello, una adecuada indexación en la base de datos que facilite la búsqueda y selección de la información con apoyo de especialistas en

propiedad intelectual que coadyuven a los creadores de bases de datos del IMPI en su diseño, construcción, alimentación, actualización y depuración, sin duda permitirá obtener información útil y precisa.

BIBLIOGRAFÍA

Obras monográficas

- ACKERMAN, John M. y SANDOVAL, Irma E., *Leyes de acceso a la información en el mundo*, México, IFAI 2008, (Cuadernos de transparencia 7), 65 p.
- ALMANZA CABRERA, Jorge Rolando, “Semblanza sobre Martha Celis de la Cruz”, *REHMLAC, Revista de Estudios Históricos de la Masonería Latinoamericana y Caribeña*, San José, Costa Rica, Universidad de Costa Rica, UNAM, 2011, v.3, no. 2, (diciembre 2011 – abril 2012), p. 302-308.
- ABARIEGA VILLANUEVA, Pedro Alfonso, “Algunas consideraciones sobre el derecho de propiedad intelectual en México”, *Revista de Derecho Privado*, Nueva Época, Año 2, no. 6 (septiembre-diciembre), p. 25-61.
- BEATTY, Edward N., “Invención e innovación: ley de patentes y tecnología en el México del Siglo XIX”, *Historia Mexicana*, México, El Colegio de México, 1996, v. 45, no. 3, (enero-marzo), p. 567-619.
- BOBBIO, Norberto, *El tiempo de los derechos*, tr. Rafael de Asís Roig, Madrid, Ed. Sistema, 1991, 257 p.
- BRITO, José, *Legislación mexicana. Índice razonado de las leyes, decretos, reglamentos, ordenes [sic] y circulares que se han expedido desde el año 1821 hasta el de 1869*, México, Imprenta del Gobierno, 1872, 3 v.
- CARPIZO, Jorge y VILLANUEVA, Ernesto, “El derecho a la información. Propuesta de algunos elementos para su regulación”, *Derechos humanos: Memoria del 4º. Congreso Nacional de Derecho Constitucional 3*, México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas / coord. Diego Valadés y Rodrigo Gutiérrez Rivas, 2001, v. 3, p. 71-102.
- CELIS DE LA CRUZ, Martha, “La prensa oficial mexicana: de la Gaceta del Gobierno de México (1810-1821) al Diario del Gobierno de los Estados Unidos Mexicanos (1835-1846)” *La génesis de los derechos humanos en México*, México, UNAM, 2006, p. 173-186.
- COIDH, CNDH, ONU, *Documentos básicos en materia de derecho humanos en el sistema interamericano*, San José de Costa Rica, Secretaría de la Corte Interamericana de Derechos Humanos, 2018, 589 p. Disponible en:
- CRUZ SOTO, Rosalba, “La historia de la prensa en México durante el siglo XX”, *La comunicación en la sociedad mexicana. Reflexiones temáticas México*, AMIC, 2001, p. 15-48.
- FERNÁNDEZ DE ZAMORA, Rosa María, *Las publicaciones oficiales de México: guía de publicaciones periódicas y seriadas 1937-1970*, México, UNAM, IIB, IIS, 1977, p. 16.

- GARZA BARBOSA, Roberto, "Steele vs Bulova Watch Co. De la aplicación extraterritorial del Lanham Act estadounidense en México y de la marca notoriamente conocida", *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, México, IJ, 2010, v. 43, no. 129, (septiembre-diciembre), p. 1147-1197.
- IFAI, *Guía para el ejercicio del derecho de acceso a la información y el uso de las herramientas electrónicas de acceso a la información en México*, México, Alianza Cívica, IFAI, 2009, p.9.
- , *Transparencia y datos personales en el distrito federal: texto de apoyo a la formación de servidores públicos en el conocimiento de las leyes de transparencia y protección de datos personales*, coord. Bustillos Roqueñí, Jorge, Hernández López Castellanos, Betsabé, México, INFODF, 2011, p. 20.
- IMPI, *Gaceta de la Propiedad Industrial. Inicio*, México, IMPI, 2016.
- , *Buscador SIGA 3.0: Manual de usuario*, México, IMPI, 2017, 22 p.
- , *Guía del usuario. Marca en línea*, México, IMPI, 2016, 32 p.
- IMPI, "Manual Institucional del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial", *Diario Oficial de la Federación*, México, abril 21, 2005, pp. 37-60.
- JALIFE DAHER, Mauricio, *Derecho mexicano de la propiedad industrial*, México, Tirant lo blanch, 2014, 737 p.
- , *Comentarios a la Ley de la propiedad industrial*, México, Porrúa, 2012, 705 p.
- KER, Annita Melville, *Mexican government publications: a guide to the more important publications of the national government of Mexico, 1821-1936*, Washington, Library of Congress, 1940, 333 p.
- MÁRQUEZ BARRAZA, Manuel, *Inventos e inventores, Historia de su protección en México (1820-2002)*, México, M. Márquez, ¿2002?, 8 p.
- , *La concesión por parte del Virrey de la Nueva España: Martín Martínez de Almansa, de una "merced" para la protección de un invento. El primero que se protegió en México y América*, México, M. Márquez B, 2011, 13 p.
- , *La patente más antigua concedida en México y América*, México, M. Márquez, ¿2010?, 6 p.
- MARTÍNEZ BECERRIL, Rigoberto, *El derecho de acceso a la información en México*, Toluca, estado de México, INFOEM, 2009, 179 p.
- MENDEL Toby, *El derecho a la información en América Latina: comparación jurídica*, Quito, Ecuador, UNESCO, 2014, 192 p.
- MENDEL Toby, "Libertad de información, derecho humano protegido internacionalmente", *Derecho Comparado de la Información*, México,

- UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, 2003, no. 1 (enero-junio), pp. 41-74.
- MÉNDEZ CRUZ, José Ricardo (octubre, 2014), "Las patentes en México a 20 años de la adopción del Acuerdo sobre Aspectos de propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC)", trabajo presentado en el *XXI Congreso Internacional de Contaduría Administración e Informática*, México, UNAM; Facultad de Contaduría y Administración, División de Investigación, 2014, 18 p.
- MENDOZA SOLÍS, Vandari Manuel, *La dimensión social de las patentes mexicanas: evidencias históricas y estrategias heurísticas, 1832-1911*, México, Departamento de Historia Económica, 2015, 31 p., (UAM. Tesis Posdoctoral).
- , *Las patentes de invención mexicanas instituciones, actores y artefactos (1821-1911)*, Zamora, Michoacán, El Colegio de Michoacán. Centro de Estudios Históricos, 2014, 459 p., (El Colegio de Michoacán. Tesis Doctorado en Historia).
- MÉXICO, "Conoce el IMPI. ¿Qué es el IMPI?", *Gob.mx/IMPI*, México, 2016.
- NARVÁEZ TIJERINA, María, *El sistema mexicano de la propiedad industrial*, México, Universidad Regiomontana, 2008, 110 p.
- NAVA NEGRETE, Justo, *Derecho de las marcas*, México, Porrúa, 1985, 637 p.
- OMPI, Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas, Ginebra, Suiza, OMPI, 1999, 30 p.
- ORGANIZACIÓN DE ESTADOS AMERICANOS y DEPARTAMENTO DE GESTIÓN PÚBLICA EFECTIVA DE CANADÁ, *El acceso a la información pública, un derecho para ejercer otros derechos*, OEA, 2013, 41 p. Disponible en:
- ORME, Bill, *Acceso a la información: lecciones de la América Latina*, Paris, Francia, UNESCO, 2017, p. 11. Disponible en:
https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000249837_spa.
- ORTIZ BAHENA, Miguel Ángel, *La marca notoria*, México, UNAM, Facultad de Derecho, 1990, p. 196, (Tesis Doctorado). Disponible en:
<http://132.248.9.195/ppt1997/0135774/Index.html>.
- , (coord.), *Ley de la propiedad industrial comentada por la Asociación Mexicana para la Protección de la de la Propiedad Intelectual*, México, Porrúa, AMPPI, 2015, 646 p.
- RANGEL MEDINA, David, *Derecho de la propiedad industrial e intelectual*, 2a. ed., México, UNAM, 1992, 152 p. Disponible en:
- , *Tratado de derecho marcario: las marcas industriales y comerciales en México*, 2a. ed., México, D. Rangel, 1960, 471 p.

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, *Diccionario de la Real Academia Española*, 21ª. Ed., Madrid, RAE, 1513.
- REYES LOMELÍ, Arturo D., “Las marcas reconocidas hasta el 2018 como famosas o notoriamente conocidas en México mediante el procedimiento ad hoc”, México, Reyes Fenig Asociados, 2019. Disponible en:
- ROSALES, Carlos Manuel, “La transparencia y la rendición de cuentas como consecuencia del derecho a la información: el caso de México”, *Derecho y Cambio Social*, Perú, Biblioteca Nacional de Perú, no. 32, año 10, 2013, 26 p.
- SABADA RODRÍGUEZ, Igor, *Sociología de la propiedad intelectual en la era global*, Madrid, 2007, (Universidad Complutense de Madrid. Facultad de Ciencias Políticas y Sociología. Tesis doctoral), 419 p.
- SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, *Breve historia del Periódico Oficial en México*, México, SG, 2016. Disponible en: <https://www.dof.gob.mx/historia.php>.
- SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN, Ley Federal y Ley General de Transparencia y Acceso a la Información Pública, México, SEGOB, CONAPRED, [2016], 2
- SOLER AGUILAR, Fernando, *La declaratoria de marca notoriamente conocida en México*, México, 2011.
- TINOCO SOARES, José Carlos, *Tratado de la propiedad industrial de las Américas. Marcas y congéneres*, Argentina, Lexis Nexis Argentina, 2006, 1048 p.
- UNAM. INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS, *Diccionario Jurídico Mexicano*, México, Porrúa-UNAM, 2005, 4 v.
- VILLORO TORANZO, Miguel, *Introducción al estudio del derecho*, 4ª. ed., México, Porrúa, 1980, 486 p.

Legislación

- Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio*, Marrakesh, Marruecos, 15 de abril de 1994, 560 p. Disponible en: https://www.wto.org/spanish/docs_s/legal_s/27-trips.pdf
- ALVA ESPINOZA, Inti, “Comentarios a diversos artículos de la Ley de la propiedad industrial relacionados con marcas notorias y famosas”, en *Estudios en materia de la propiedad intelectual: homenaje en Memoria del Lic. Sergio Luis Olivares Rodríguez*, México, AMPPI, SISTA, 2011, [628 p.]
- Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial*, París, Francia, firmado 20 de marzo de 1883, publicado en el Diario Oficial el 8 de julio de 1975.
- COLOMBIA. Ley 57 de 1985, República de Colombia, 1985, 6 p. Disponible en: <http://www.bogotajuridica.gov.co/sisjur/normas/Norma1.jsp?i=276>

CORTES ESPAÑOLAS, *Colección de los Decretos y Órdenes Generales de la Primera Legislatura de las Cortes Ordinarias de 1820 y 1821, desde 6 de julio hasta 9 de noviembre de 1820, mandada publicar de orden de las mismas*, Madrid, Impr. Nacional, 1821, v. 6, 439 p.

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, *About America: The Constitution of the United States of America / Congress of the United States*, EE.UU., Department of State 2004, 93 p. Disponible en:
ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, *Declaración de Derechos del Buen Pueblo de Virginia*, 1776.

ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA, *The Virginia Declaration of Rights, 1776*, USA, U.S., National Archives and Record Administration, 2016.

Iniciativa del Proyecto de Decreto por el que se abroga la Ley federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental y se expide la Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública, 9 de diciembre, 2014, 40 p. Disponible en:
https://www.senado.gob.mx/comisiones/cogati/eventos/docs/Iniciativa_LFTAIP.pdf

MÉXICO, “Decreto”, *Diario Oficial del Supremo Gobierno*, 1858, v.1, no. 307, (diciembre 1), p. 1-3.

MÉXICO, “Decreto por el que se crea el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 10 diciembre de 1993.

MÉXICO, “Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial”, *Diario Oficial de la Federación*, México, junio 16, 2005. Disponible en:

MÉXICO, “Decreto promulgatorio del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas del quince de junio de mil novecientos cincuenta y siete, revisado en Estocolmo el catorce de julio de mil novecientos sesenta y siete y modificado el veintiocho de septiembre de mil novecientos sesenta y nueve”, *Diario Oficial de la Federación*, México, abril 10, 2001.

MÉXICO, “Ley de fomento y protección de la propiedad industrial”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 27 junio de 1991.

MÉXICO, “Ley de marcas industriales y de comercio”, en *Colección legislativa completa de la República Mexicana, con todas las disposiciones expedidas para la Federación, el Distrito y los Territorios Federales. Año de 1903 (continuación de la legislación mexicana de Dublán y Lozano)*, México, Tip. de la Vda. de F. Díaz de León, 1908, v. 35, p. 505-515.

MÉXICO, “Ley de patentes de invención”, en *Colección legislativa completa de la República Mexicana, con todas las disposiciones expedidas para la Federación, el Distrito y los Territorios Federales. Año de 1903 (continuación de la legislación mexicana de Dublán y Lozano)*, México, Tip. de la Vda. de F. Díaz de León, 1908, v. 35, p. 491-505.

MÉXICO. *Ley de la propiedad industrial*, México, Cámara de Diputados, 2018, 99 p.

MÉXICO, *Ley federal de protección a la propiedad industrial*, México, Cámara de Diputados, 2021, 94 p.

MÉXICO, “Ley de patentes de invención y perfeccionamiento”, en *Legislación Mexicana, ó Colección completa de las disposiciones legislativas expedidas desde la Independencia de la República (continuación de la ordenada por Manuel Dublán y José María Lozano)*, Dublán, Adolfo y Esteva, Adalberto A (comp.), México, Impr. de E. Dublán, 1897, v. 20, (no. 10,876), p.163-167.

MÉXICO, “Manual institucional del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 21 abril de 2005.
http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=2032901&fecha=21/04/2005

Tesis y Jurisprudencia

Tesis P. LX/2000, *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación*, Novena Época, t. XI, septiembre de 2011, p.74.

Tesis LXXXV.2a./2016, *Gaceta del Semanario Judicial de la Federación*, Décima Época, t. I, Libro 34, septiembre de 2016, p.839.

Tratados internacionales

CANADÁ, *Tratado de Libre Comercio de América del Norte*, Ottawa, Canadá, firmado el 17 de diciembre de 1992, 560 p. Disponible en:
<https://aplicaciones.sre.gob.mx/tratados/ARCHIVOS/1.TLCAN.pdf>

FRANCIA, *Asamblea Nacional Constituyente, Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano*, Francia, 1789. Disponible en:
http://www.diputados.gob.mx/biblioteca/bibdiq/const_mex/decla_huma.pdf

ONU, *Declaración Universal de los Derechos del Hombre*, Costa Rica, Universidad Nacional, p. 3-10. Disponible en: <https://www.corteidh.or.cr/tablas/3769.pdf>.

ONU, *Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos: Resolución 2200*, ONU, 1966, 17 p.