

# MÓDULO 3 PROPIEDAD INTELECTUAL

## PATENTES, MARCAS Y DERECHOS DE AUTOR

Carlos Trujillo

The image features a green semi-transparent rectangular box containing the COFIDE logo. The logo consists of the word "COFIDE" in a bold, white, sans-serif font, with a registered trademark symbol (®) to its upper right. Below "COFIDE" is the text "CAPACITACIÓN EMPRESARIAL" in a smaller, white, sans-serif font. The background of the entire image is a photograph of a man in a grey blazer standing in a meeting room, gesturing with his right hand. In the foreground, there is a wooden desk with several laptops displaying data charts and graphs. The overall scene suggests a professional business or training environment.

**COFIDE**<sup>®</sup>  
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

# 1. DEFINICIÓN





+

EXTERIORIZACIÓN

## EXTERIORIZACIÓN



SUSCEPTIBLE DE  
APRECIACIÓN



APLICACIÓN INDUSTRIAL  
O COMERCIAL

DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL  
DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

CREACIÓN INTELECTUAL

## DERECHO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

CONJUNTO DE NORMAS QUE REGULAN LAS PRERROGATIVAS Y BENEFICIOS QUE LAS LEYES RECONOCEN Y ESTABLECEN EN FAVOR DE LOS CREADORES INTELECTUALES O DE SUS CAUSAHABIENTES

DERECHO INTELECTUAL = MONOPOLIO

MONOPOLIO QUE OTORGA A SU TITULAR EL DERECHO DE EXCLUIR A OTROS EN LA EXPLOTACIÓN DEL DERECHO QUE TIENE = EXPLOTAR EN FORMA EXCLUSIVA UNA CREACIÓN INTELECTUAL DE FORMA TEMPORAL

# 2. PROPIEDAD INDUSTRIAL Y DERECHOS DE AUTOR



**PROPIEDAD  
INTELECTUAL**

**1. PROPIEDAD INDUSTRIAL**

I. CREACIONES NUEVAS

1. PATENTES
2. MODELOS DE UTILIDAD
3. DISEÑOS INDUSTRIALES
  - a) DIBUJOS INDUSTRIALES
  - b) MODELOS INDUSTRIALES
4. DERECHOS VECINOS A CREACIONES NUEVAS
  - a) TRAZADO DE ESQUEMAS DE CIRCUITOS INTEGRADOS
  - b) VARIETADES VEGETALES
  - c) SECRETOS EMPRESARIALES
    - SECRETOS INDUSTRIALES
    - SECRETOS COMERCIALES

II. SIGNOS DISTINTIVOS

1. MARCAS
2. NOMBRES COMERCIALES
3. AVISOS COMERCIALES

III. INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN

IV. REPRESION DE LA COMPETENCIA DESLEAL

V. TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

**2. DERECHOS DE AUTOR Ó PROPIEDAD INTELECTUAL EN SS**

I. DERECHOS MORALES

II. DERECHOS PATRIMONIALES

III. DERECHOS VECINOS

1. DERECHOS CONEXOS
2. RESERVAS DE DERECHOS

# PROPIEDAD INDUSTRIAL

## → CREACIONES NUEVAS

- INVENTOS NOVEDOSOS, RESULTADO DE ACTIVIDAD INVENTIVA Y CON APLICACIÓN INDUSTRIAL
- DISEÑOS ESTÉTICOS APLICADOS A PRODUCTOS QUE NO INCIDEN EN SU FUNCIONALIDAD

## → SIGNOS DISTINTIVOS

- DISTINGUIR PRODUCTOS O SERVICIOS DE COMPETIDORES

## → INDICACIONES GEOGRÁFICAS Y DENOMINACIONES DE ORIGEN

- INDICAR LA PROCEDENCIA GEOGRÁFICA DE UN PRODUCTO

# DERECHO DE AUTOR (PROPIEDAD INTELECTUAL EN SS)

## → DERECHO DE AUTOR

- PROTEGE OBRAS ARTÍSTICAS O LITERARIAS Y A SUS AUTORES
- FACULTADES DE ÍNDOLE MORAL Y PATRIMONIAL

## → DERECHOS CONEXOS

- DERECHOS DE LAS PERSONAS QUE, CON SU TALENTO, LLEVAN A CABO EL USO DE OBRAS PARA SU INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN O PARA SU DISTRIBUCION O COMUNICACIÓN PÚBLICA

## → RESERVAS DE DERECHOS

- ELEMENTOS DISTINTIVOS EN CIERTOS CONTENIDOS INTELECTUALES. NOMBRES DE PUBLICACIONES O DIFUSIONES PERIÓDICAS. NOMBRES ARTÍSTICOS. PERSONAJES. PROMOCIONES PUBLICITARIAS

# 3. PATENTES, MODELOS DE UTILIDAD Y DISEÑOS INDUSTRIALES

## ¿QUÉ ES UN INVENTO?

- UN PRODUCTO (O PROCESO QUE GENERE RESULTADOS TANGIBLES) NOVEDOSO CUYA FUNCIÓN TÉCNICA LE PERMITE RESOLVER UN PROBLEMA O SATISFACER UNA NECESIDAD
- TODA **CREACIÓN HUMANA** QUE PERMITA **TRANSFORMAR LA MATERIA O LA ENERGÍA** QUE EXISTE EN LA NATURALEZA, PARA SU APROVECHAMIENTO Y PARA SATISFACER NECESIDADES CONCRETAS

## ¿QUÉ ES UNA PATENTE?

ES EL DERECHO QUE CONFIERE EL ESTADO A UN INVENTOR O A SU CAUSAHABIENTE PARA EXPLOTAR Y APROVECHAR UNA INVENCION, DE FORMA EXCLUSIVA, POR UN TIEMPO DETERMINADO.

- MONOPOLIO TEMPORAL LEGAL
- PREMIO A LA INNOVACIÓN
- CONTRATO SOCIAL

## FUNDAMENTO CONSTITUCIONAL

ART. 28 DE LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS:

“EN LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS. **NO HABRÁ MONOPOLIOS** NI ESTANCOS DE NINGUNA CLASE; NI EXENCIÓN DE IMPUESTOS; NI PROHIBICIONES A TÍTULO DE PROTECCIÓN A LA INDUSTRIA; **EXCEPTUÁNDOSE ÚNICAMENTE** LOS RELATIVOS A [...] LOS PRIVILEGIOS QUE POR DETERMINADO TIEMPO SE CONCEDAN A LOS AUTORES Y ARTISTAS PARA LA REPRODUCCIÓN DE SUS OBRAS, Y A LOS QUE, PARA **EL USO EXCLUSIVO DE SUS INVENTOS, SE OTORGUEN A LOS INVENTORES Y PERFECCIONADORES DE ALGUNA MEJORA.**”

## REQUISITOS FUNDAMENTALES PARA PATENTAR

SON PATENTABLES LAS CREACIONES QUE CUMPLAN CON LAS SIGUIENTES CONDICIONES:

- QUE LA INVENCION SEA **NUEVA** (TODO AQUELLO QUE NO SE ENCUENTRE EN EL ESTADO DE LA TÉCNICA) EN EL MUNDO;
- QUE LA INVENCION SEA RESULTADO DE UNA **ACTIVIDAD INVENTIVA** (PROCESO CREATIVO CUYOS RESULTADOS NO SE DEDUZCAN DE ESTADO DE LA TÉCNICA EN FORMA OBVIA O EVIDENTE PARA UN TÉCNICO EN LA MATERIA)
- QUE LA INVENCION SEA SUSCEPTIBLE DE **APLICACIÓN INDUSTRIAL** (LA POSIBILIDAD DE QUE UNA INVENCION PUEDA SER PRODUCIDA O UTILIZADA EN CUALQUIER RAMA DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA)



## ESTADO DE LA TÉCNICA

CONJUNTO DE CONOCIMIENTOS TÉCNICOS QUE SE HAN HECHO ACCESIBLES AL PÚBLICO MEDIANTE UNA DESCRIPCIÓN ORAL O ESCRITA, POR LA EXPLOTACIÓN O POR CUALQUIER OTRO MEDIO DE DIFUSIÓN O INFORMACIÓN EN EL PAÍS O EN EL EXTRANJERO, ANTES DE LA FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD.

## LO QUE **NO** SE PUEDE PROTEGER

SERÁN PATENTABLES LAS INVENCIONES QUE SEAN **NUEVAS, RESULTADO DE ACTIVIDAD INVENTIVA Y SUSCEPTIBLES DE APLICACIÓN INDUSTRIAL**, EN LOS TÉRMINOS DE ESTA LEY, EXCEPTO:

- LOS PROCESOS ESENCIALMENTE BIOLÓGICOS PARA LA PRODUCCIÓN, REPRODUCCIÓN Y PROPAGACIÓN DE PLANTAS Y ANIMALES;
- EL MATERIAL BIOLÓGICO Y GENÉTICO TAL Y COMO SE ENCUENTRAN EN LA NATURALEZA;
- LAS RAZAS ANIMALES;
- EL CUERPO HUMANO Y LAS PARTES VIVAS QUE LO COMPONEN, Y
- LAS VARIEDADES VEGETALES.”

## LO QUE **NO** SE CONSIDERA INVENCION

- LOS PRINCIPIOS TEÓRICOS
- LOS DESCUBRIMIENTOS QUE CONSISTEN EN DAR A CONOCER O REVELAR ALGO QUE YA EXISTÍA EN LA NATURALEZA, AÚN CUANDO ANTERIORMENTE FUESE DESCONOCIDO PARA EL HOMBRE
- LOS ESQUEMAS, PLANES, REGLAS Y MÉTODOS PARA REALIZAR ACTOS MENTALES, JUEGOS O NEGOCIOS Y LOS MÉTODOS MATEMÁTICOS
- LOS PROGRAMAS DE COMPUTACIÓN
- LAS FORMAS DE PRESENTACIÓN DE INFORMACIÓN
- LAS CREACIONES ESTÉTICAS Y LAS OBRAS ARTÍSTICAS O LITERARIAS
- LOS MÉTODOS DE TRATAMIENTO QUIRÚRGICO, TERAPÉUTICO O DE DIAGNÓSTICO APLICABLES AL CUERPO HUMANO Y LOS RELATIVOS A ANIMALES
- LA YUXTAPOSICIÓN DE INVENCIONES CONOCIDAS O MEZCLAS DE PRODUCTOS CONOCIDOS, SU VARIACIÓN DE USO, DE FORMA, DE DIMENSIONES, O DE MATERIALES, SALVO QUE EN REALIDAD SE TRATE DE SU COMBINACIÓN O FUSIÓN DE TAL MANERA QUE NO PUÉDAN FUNCIONAR SEPARADAMENTE O QUE LAS CUALIDADES O FUNCIONES DE LA UNIÓN LE PERMITAN GENERAR UN RESULTADO INDUSTRIAL O UN USO NO OBVIO PARA UN TÉCNICO EN LA MATERIA
- LOS PROCEDIMIENTOS DE CLONACIÓN DE SERES HUMANOS Y SUS PRODUCTOS
- LAS UTILIZACIONES DE EMBRIONES HUMANOS CON FINES INDUSTRIALES O COMERCIALES

## MODELO DE UTILIDAD

SE CONSIDERAN MODELOS DE UTILIDAD LOS **PRODUCTOS** QUE, COMO RESULTADO DE UNA MODIFICACIÓN EN SU DISPOSICIÓN, CONFIGURACIÓN, ESTRUCTURA O FORMA, **PRESENTEN UNA FUNCIÓN DIFERENTE RESPECTO A LAS PARTES QUE LO INTEGRAN** O VENTAJAS EN CUANTO A SU UTILIDAD

## MODELO DE UTILIDAD

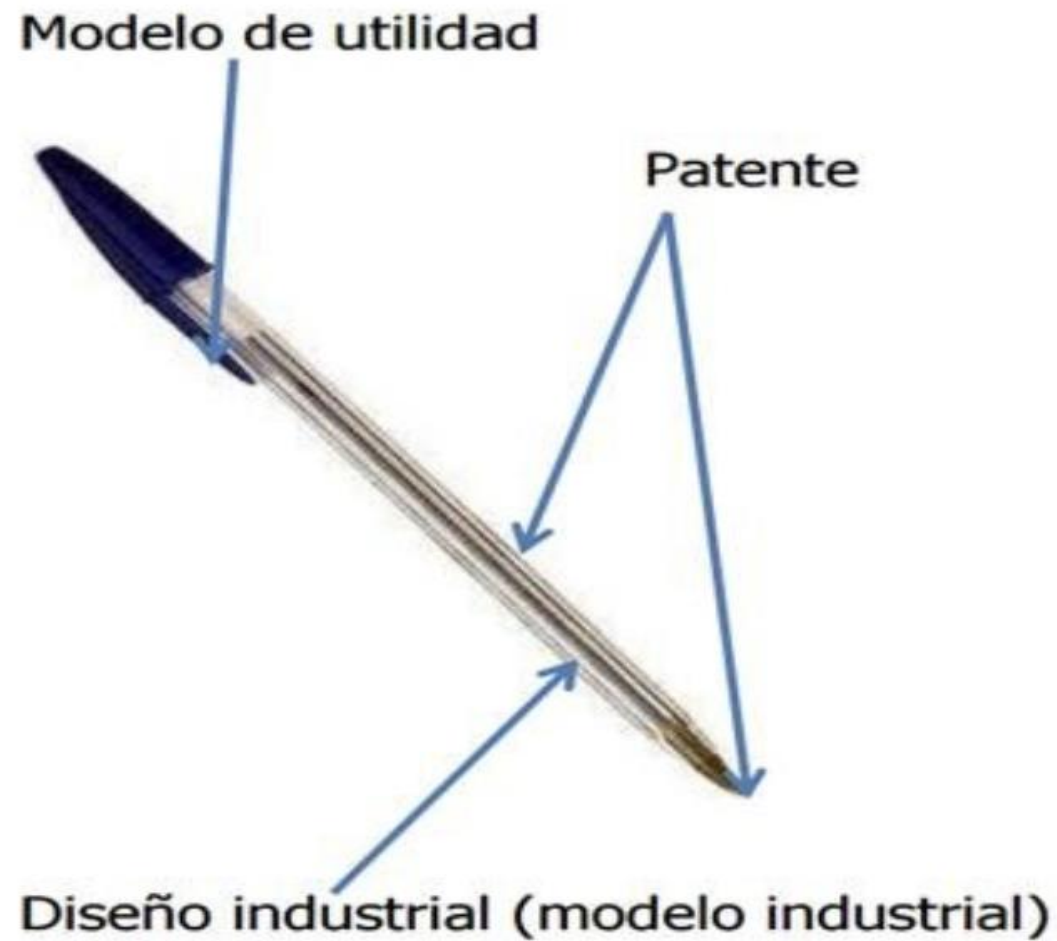


## DISEÑOS INDUSTRIALES

PRODUCTOS CUYO DISEÑO EXTERNO LES DE UNA APARIENCIA DIFERENTE Y DISTINTIVA CON RESPECTO A LOS DE SU CLASE.

- **DIBUJO INDUSTRIAL.-** SON TODA COMBINACIÓN DE FIGURAS, LÍNEAS O COLORES QUE SE INCORPOREN A UN PRODUCTO INDUSTRIAL CON FINES DE ORNAMENTACIÓN Y QUE LE DAN UN ASPECTO PECULIAR Y PROPIO. (LOOK & FEEL DE APPS.)
- **MODELO INDUSTRIAL.-** ESTÁN CONSTITUIDOS POR TODA FORMA TRIDIMENSIONAL QUE SIRVA DE TIPO O PATRÓN PARA LA FABRICACIÓN DE UN PRODUCTO INDUSTRIAL, QUE LE DÉ APARIENCIA ESPECIAL EN CUANTO NO IMPLIQUE EFECTOS TÉCNICOS.







## TIEMPO DE VIGENCIA DE LA EXCLUSIVIDAD:

- PATENTES - 20 AÑOS (CON POSIBLES EXTENSIONES DE VIGENCIA EN ALGUNOS CASOS)
- MODELOS DE UTILIDAD – 10 AÑOS (15 AÑOS)
- DISEÑOS INDUSTRIALES – 25 AÑOS

# INVENTÉ O DISEÑÉ ALGO. ¿AHORA QUE DEBO HACER? ¿LO DEBO PATENTAR?

## SEMÁFORO DE PREGUNTAS:



- ¿ES UNA IDEA O ES UN INVENTO? **INVENTO** **IDEA**
- ¿ES NOVEDOSO, DE ACUERDO A LO QUE YO CONOZCO? **SÍ** **NO**
- ¿QUIERO PONER EN MARCHA UN NEGOCIO SOBRE ESTE INVENTO? **SÍ** **NO**
- ¿ESTOY LISTO PARA PONER EN MARCHA UN NEGOCIO SOBRE ESTE INVENTO (TIEMPO, DINERO)? **SÍ** **NO**

**PATENTAR**

**NO PATENTAR (AÚN)**

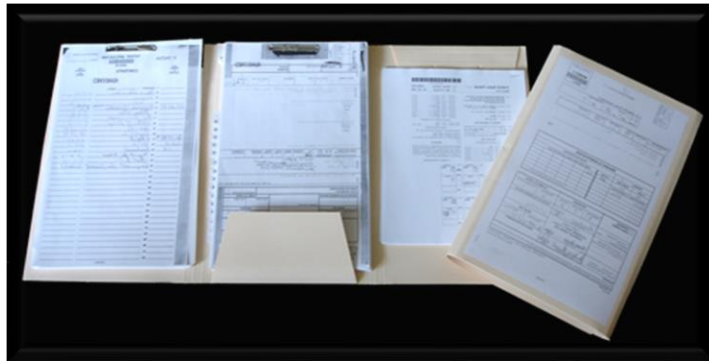
# INVENTÉ O DISEÑÉ ALGO Y SÍ LO DEBO PATENTAR. ¿AHORA QUE DEBO HACER?

## TOMA EN CUENTA ESTOS PUNTOS:

- **NO LO MUESTRES, NO LO DIVULGUES, NO LO PONGAS EN VENTA** Y PROCURA MANTENER LOS DETALLES TÉCNICOS DEL INVENTO EN SECRETO.
- SI TE ES NECESARIO Y URGENTE DIVULGARLO, **ASEGÚRATE DE FIRMAR ACUERDOS DE CONFIDENCIALIDAD CON QUIEN SEA NECESARIO DIVULGARLO** AÚN ASÍ, EN LA MEDIDA DE LO POSIBLE, NO LO DIVULGUES A DETALLE HASTA PATENTARLO.
- **ACÉRCATE A UN ESPECIALISTA EN PATENTES** Y PROPIEDAD INTELECTUAL PARA ASESORARTE SOBRE LAS POSIBILIDADES DE OBTENER PROTECCIÓN A TRAVÉS DE UNA PATENTE O ALGÚN OTRO DERECHO DE EXCLUSIVIDAD SOBRE TU DESARROLLO.
- SI TU DESARROLLO CUMPLE CON LOS REQUISITOS, EL ESPECIALISTA EN PATENTES TE AYUDARÁ A REDACTAR Y **SOLICITAR UNA PATENTE** U OTRO DERECHO DE EXCLUSIVIDAD. AÚN Y CUANDO ESTÉ EN TRÁMITE, LA SOLICITUD TE DARÁ UNA FECHA LEGAL Y UN NÚMERO DE SOLICITUD PARA TU DESARROLLO Y ESTARÁS PROTEGIDO DE QUE TE ROBEN LA IDEA.

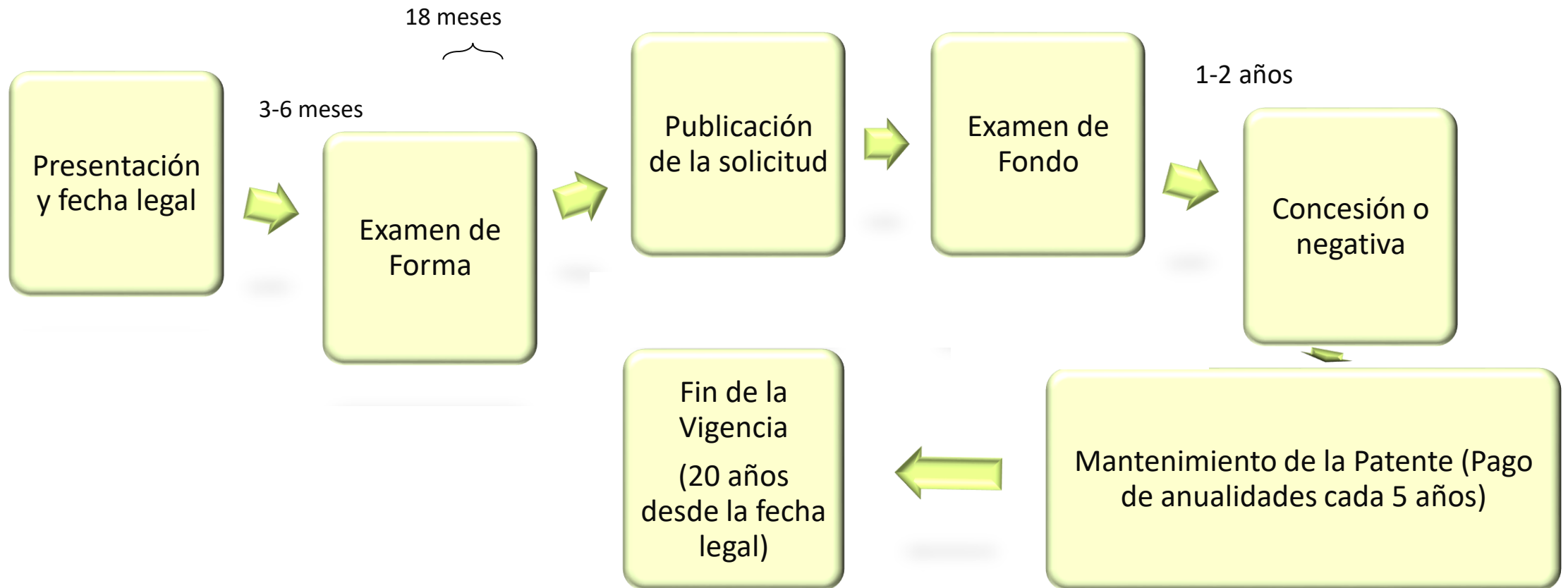
**AHORA YA PUEDES DIVULGAR Y VENDER TU INVENTO SIN RIESGO**

# TRÁMITE DE SOLICITUDES DE PATENTE



**IMPI**  
INSTITUTO MEXICANO  
DE LA PROPIEDAD  
INDUSTRIAL

# TRÁMITE Y TIEMPOS ESTIMADOS DE LA SOLICITUD DE PATENTE



# TRÁMITE DE SOLICITUDES DE PATENTE

GOBIERNO DE MÉXICO Trámites Gobierno

Inicio Mis solicitudes Escritos al IMPI Historial de trámites Ayuda Tu cuenta PASE

## Captura de solicitud de patente

Tipo de solicitud Solicitantes Inventores Apoderados Personas autorizadas Prioridad Memoria Técnica Dibujos

Anexos

### Tipo de solicitud

Tipo de solicitud \*:  
PATENTE

Título de tu invento \*:  
Título de tu invento Símbolo

El invento que deseas proteger, ¿ha sido p Captura de Pantalla tu protección en alguna parte del mundo?

## DOCUMENTOS QUE DEBEN ACOMPAÑAR A LA SOLICITUD

- **DESCRIPCIÓN DEL INVENTO.** EN LA DESCRIPCIÓN SE ESPECIFICA LA TECNOLOGÍA PARA LLEVAR A LA PRÁCTICA EL INVENTO; SE RESEÑA EL PROBLEMA QUE EXISTE EN LA TÉCNICA PREVIA Y SE EXPLICA LA SOLUCIÓN QUE APORTA EL INVENTO AL PROBLEMA
- **REIVINDICACIONES.** EL DERECHO CONFERIDO POR LA PATENTE ESTARÁ DETERMINADO POR LAS REIVINDICACIONES APROBADAS. LA MATERIA CUYA PROTECCIÓN SE RECLAMA DE MANERA PRECISA Y ESPECÍFICA EN LA SOLICITUD DE PATENTE O DE REGISTRO Y SE OTORGA
- **DIBUJOS TÉCNICOS**
- **RESUMEN DE LA INVENCION**

# REIVINDICACIÓN (EJEMPLO)

DISPOSITIVO PARA ESCRITURA, **CARACTERIZADO PORQUE COMPRENDE UN PRIMER CUERPO EXTERNO DE FORMA CILÍNDRICA, PREFERIBLEMENTE HECHO DE MADERA, CON UNA CAVIDAD CILÍNDRICA EN EL CENTRO DE MENOR DIÁMETRO, DICHA CAVIDAD CONTIENE UN SEGUNDO CUERPO INTERNO QUE CONSISTE DE UNA BARRA CILÍNDRICA COMPUESTA DE GRAFITO Y UN AGENTE CEROSO, EL SEGUNDO CUERPO INTERNO ES DE MENOR DIÁMETRO Y VOLUMEN QUE EL CUERPO EXTERNO, EN DONDE UNO DE SUS EXTREMOS SE USA COMO PUNTA DE ESCRITURA.**

DISPOSITIVO PARA ESCRITURA QUE COMPRENDE CON UN PRIMER CUERPO EXTERNO DE FORMA CILÍNDRICA, PREFERIBLEMENTE HECHO DE MADERA, CON UNA CAVIDAD CILÍNDRICA EN EL CENTRO DE MENOR DIÁMETRO, DICHA CAVIDAD CONTIENE UN SEGUNDO CUERPO INTERNO QUE CONSISTE DE UNA BARRA CILÍNDRICA COMPUESTA DE GRAFITO Y UN AGENTE CEROSO, EL SEGUNDO CUERPO INTERNO ES DE MENOR DIÁMETRO Y VOLUMEN QUE EL CUERPO EXTERNO. EN DONDE UNO DE SUS EXTREMOS SE USA COMO PUNTA DE ESCRITURA, **CARACTERIZADO PORQUE COMPRENDE UNA GOMA O BORRADOR EN EL EXTREMO OPUESTO A LA PUNTA DE ESCRITURA**





## ABANDONO DE LA SOLICITUD DE PATENTE

EL ABANDONO DE LA SOLICITUD DE PATENTE SE PRODUCE CUANDO NO SON CUMPLIDOS LOS REQUERIMIENTOS QUE HAGA LA OFICINA DE PATENTES, DENTRO DE LOS PLAZOS LEGALES Y REGLAMENTARIOS CONCEDIDOS AL DAR A CONOCER EL RESULTADO DE LOS EXÁMENES DE FORMA Y DE FONDO, O BIEN AL NO CUMPLIR CON EL PAGO DE DERECHOS FINALES DE CONCESIÓN

## CONCESIÓN DE LA PATENTE Y EXPEDICIÓN DEL TÍTULO

UNA VEZ REALIZADO, CON RESULTADO SATISFACTORIO EL EXAMEN DE FONDO:

- SE DARÁ A CONOCER AL SOLICITANTE EL ACUERDO SEGÚN EL CUAL SE CONCEDE LA PATENTE
- SE LE FIJA UN PLAZO PARA PAGAR LOS DERECHOS POR CONCEPTO DE EXPEDICIÓN DE LA PATENTE Y PARA PROPORCIONAR LOS ELEMENTOS PARA QUE EN LA GACETA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL SE PUBLIQUE LO QUE ESENCIALMENTE ES EL OBJETO DE LA PATENTE



**TÍTULO DE PATENTE NO. 340579**

**Titular(es):** PABLO ANDRADE CHALVE  
**Domicilio:** Mar de los Vapores No. 41, Col. Ciudad Brisa, 53280, Naucalpan, Estado de México, MÉXICO  
**Denominación:** PANEL TERMICO.  
**Clasificación:** Int.CI.8: B29C51/00; B29C51/14; B29C63/00  
**Inventor(es):** PABLO ANDRADE CHALVE

<b>IMPI</b>	<b>SOLICITUD</b>		
	<b>Número:</b> MX/a/2012/008029	<b>Fecha de presentación:</b> 10 de julio de 2012	<b>Hora:</b> 14:21
<b>IMPI</b>	<b>PRIORIDAD</b>		
	<b>País:</b>	<b>Fecha:</b>	<b>Número:</b>

**Vigencia:** Veinte años  
**Fecha de Vencimiento:** 10 de julio de 2032

La patente de referencia se otorga con fundamento en los artículos 1º, 2º fracción V, 6º fracción III, y 59 de la Ley de la Propiedad Industrial.  
 De conformidad con el artículo 23 de la Ley de la Propiedad Industrial, la presente patente tiene una vigencia de veinte años improrrogables, contada a partir de la fecha de presentación de la solicitud y estará sujeta al pago de la tarifa para mantener vigentes los derechos.  
 Quien suscribe el presente título lo hace con fundamento en lo dispuesto por los artículos 6º fracciones III y 7º bis 2 de la Ley de la Propiedad Industrial (Diario Oficial de la Federación (D.O.F.) 27/06/1991, reformada el 02/08/1994, 26/10/1996, 26/12/1997, 17/05/1999, 26/01/2004, 16/06/2005, 25/01/2006, 06/09/2009, 06/03/2010, 18/09/2010, 28/06/2016, 27/01/2012 y 09/04/2012); artículos 1º, 3º fracción V inciso a), 4º y 12º fracciones I y III del Reglamento del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (D.O.F. 14/12/1999, reformado el 01/07/2002, 15/07/2004, 28/07/2004 y 7/09/2007); artículos 1º, 3º, 4º, 5º fracción V inciso a), 16 fracciones I y III y 30 del Estatuto Orgánico del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (D.O.F. 27/12/1999, reformado el 30/08/2002, 29/07/2004, 04/08/2004 y 13/09/2007); 1º, 3º y 5º inciso a) del Acuerdo que 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 (D.O.F. 15/12/1999, reformado el 04/02/2000, 29/07/2004, 04/08/2004 y 13/09/2007).

**Fecha de expedición:** 27 de junio de 2016

**LA DIRECTORA DIVISIONAL DE PATENTES**

**NAHANNY CANAL REYES**



Arenal No. 550, Piso 1  
 Col. Pueblo Santa María Tepepan,  
 Xochimilco, C.P. 16020,  
 Ciudad de México  
 Tel. (55) 53 34 07 00 www.impi.gob.mx



MX/2016/68678



**TÍTULO DE REGISTRO  
DE DISEÑO INDUSTRIAL No. 56143**

**Titular(es):** MEZCLADORAS Y TRAILERS DE MÉXICO SA DE CV  
**Domicilio:** Carretera Federal México-Puebla Km. 126.5, 72812, Momoxpan Cholula, Puebla, MÉXICO  
**Denominación:** MODELO INDUSTRIAL DE CANAL COLECTOR PARA CONCRETO.  
**Clasificación:** 25-02  
**Diseñador(es):** JOSÉ OSCAR PRIANTE BRETON; JOSE EDGAR MOCENCAHUA ZARATE

**SOLICITUD**

**Número:** MX/2017/000141      **Fecha de Presentación:** 13 de Enero de 2017      **Hora:** 16:39

**Vigencia:** Quince años

**Fecha de Vencimiento:** 13 de enero de 2032

**Fecha de Expedición:** 7 de agosto de 2019

El registro de referencia se otorga con fundamento en los artículos 1°, 2ª fracción V, 6ª fracción III, y 59 de la Ley de la Propiedad Industrial.

De conformidad con el artículo 36 de la Ley de la Propiedad Industrial, vigente al momento de la fecha de presentación de la solicitud, el presente registro tiene una vigencia de quince años improrrogables, contada a partir de la fecha de presentación de la solicitud y estará sujeta al pago de la tarifa para mantener vigentes los derechos.

Quien suscribe el presente título lo hace con fundamento en lo dispuesto por los artículos 6ª fracción III, 7ª BIS 2 y 59 de la Ley de la Propiedad Industrial; artículos 1°, 3°, 4°, 5ª fracción V inciso a), sub inciso iii), 4ª y 12ª fracciones I y III del Reglamento del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; artículos 1°, 3°, 4°, 5ª fracción V inciso a), sub inciso iii), 15 fracciones I y III y 30 del Estatuto Orgánico del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; 1°, 3ª y 5ª inciso a) y antepenúltimo párrafo, del Acuerdo que 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.

El presente oficio se signa con firma electrónica avanzada (FIEL), con fundamento en los artículos 7 BIS 2 de la Ley de la Propiedad Industrial; 30 de su Reglamento, y 1ª fracción III, 2ª fracción V, 20 BIS y 20 TER del Acuerdo por el que se establecen los lineamientos para el uso del Portal de Pagos y Servicios Electrónicos (PASE) del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, en los trámites que se indican.

**SUBDIRECTOR DIVISIONAL DE EXAMEN DE FONDO DE PATENTES ÁREAS  
MECÁNICA, ELÉCTRICA Y DE DISEÑOS INDUSTRIALES Y MODELOS DE UTILIDAD**

**PEDRO DAVID FRAGOSO LÓPEZ**



Cadena Original:  
 PEDRO DAVID FRAGOSO LOPEZ|00001000000405457619|Servicio de Administración  
 Tributaria|1052|IMX/2019/66813|MX/2017/000141|Título de diseños industriales|1220|RRGOP|Ag(s)  
 11yBUOoWWLq6e8+DBR0dVZXOg=

Sello Digital:  
 XgzvF3fIBxIM6/7XzrFPcStaF+ov/pbmTJFwVZVr+rBnMO+Y8PQSMFisLek5UBZ0z2TLuFvcEAs6VR4W8SL8f  
 ShZmgGGapJZ0JZ79EFKUSV9z2beEOMMqW9+ec82u5p04AHzM3HjB96AQnuck4HFFclCvUjMmE08cP5xFa0  
 Qa5+Gu@2boSfWKBK2ovPEc16f6Bf5-lq35ysdmknchRfMc7vLjXMT8ZicOUv9769RnQO2yZgSKRngNu  
 c2012sJzd2RRGfRgpYpOLa49kadxO7erbk0984AO7yunDeKzCwChG0l0PFTfGcrTDjnEg==

Arenal 550, Santa María Tepepan, Xochimilco, C.P. 16020, CDMX.  
[www.gob.mx/imp](http://www.gob.mx/imp)



MX/2019/66813

Creatividad para el Bienestar

# DERECHOS DE TITULAR DE LA PATENTE

LOS DERECHOS DEL TITULAR DE LA PATENTE PUEDEN RESUMIRSE EN LAS SIGUIENTES FACULTADES:

- EXPLOTACIÓN EXCLUSIVA DEL INVENTO PATENTADO POR SÍ O POR UN TERCERO
- DERECHO DE IMPEDIR A OTRAS PERSONAS QUE FABRIQUEN, USEN, VENDAN, OFREZCAN EN VENTA O IMPORTEN EL PRODUCTO PATENTADO
- DERECHO DE IMPEDIR A OTRA PERSONAS QUE UTILICEN EL PROCESO PATENTADO Y QUE USEN, VENDAN, OFREZCAN EN VENTA O IMPORTEN EL PRODUCTO OBTENIDO DIRECTAMENTE DE ESE PROCESO
- DERECHO DE SOLICITAR LA DECLARACIÓN ADMINISTRATIVA DE INFRACCIÓN DE LOS DERECHOS QUE CONFIERE LA PATENTE
- RECLAMACIÓN DEL PAGO DE INDEMNIZACIÓN POR DAÑOS Y PERJUICIOS;
- ASEGURAMIENTO DE LOS PRODUCTOS CON LOS CUALES PRESUMIBLEMENTE SE COMETEN LAS INFRACCIONES
- CONCESIÓN DE LICENCIAS VOLUNTARIAS O CONTRACTUALES DE EXPLOTACIÓN DEL INVENTO PATENTADO

# PATENTES EN EL EXTRANJERO

## TRATADOS INTERNACIONALES

CONVENIO DE PARIS

PATENT COOPERATION TREATY  
(PCT)

# 4. SECRETOS INDUSTRIALES

INFORMACIÓN



DE APLICACIÓN



INDUSTRIAL



COMERCIAL



QUE UNA PERSONA



CONSERVA Y ADMINISTRA



CON CARÁCTER CONFIDENCIAL

QUE LE REPRESENTA UNA VENTAJA DE  
CARÁCTER ECONÓMICO



FRENTE A SUS COMPETIDORES

IDEAS, FÓRMULAS, MÉTODOS, CONCEPTOS, ESQUEMAS



AISLADOS Y SIN CONSTAR EN SOPORTE MATERIAL



NO SON MATERIA DE PROTECCIÓN

IDEAS, FÓRMULAS, MÉTODOS, CONCEPTOS, ESQUEMAS



CONSTAN EN SOPORTE MATERIAL



~~PATENTES~~

~~DERECHO DE  
AUTOR~~



ESQUEMA DE  
CONFIDENCIALIDAD

## SECRETOS INDUSTRIALES (VENTAJAS)

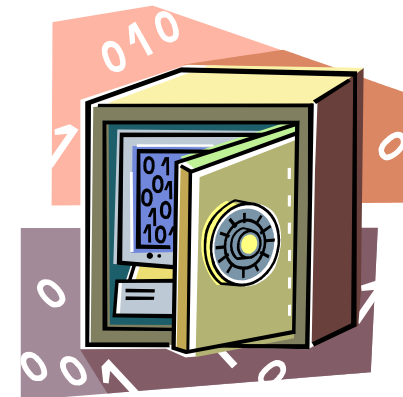
- SU PROTECCIÓN NO ESTÁ SUJETA A LÍMITES TEMPORALES. LA PROTECCIÓN DE LOS SECRETOS COMERCIALES CONTINÚA DE MANERA INDEFINIDA SIEMPRE QUE EL SECRETO NO SE REVELE AL PÚBLICO
- LOS SECRETOS COMERCIALES NO ENTRAÑAN COSTOS DE REGISTRO (AUNQUE PUEDAN ENTRAÑAR COSTOS ELEVADOS DESTINADOS A MANTENER LA INFORMACIÓN CONFIDENCIAL)
- LOS SECRETOS COMERCIALES TIENEN UN EFECTO INMEDIATO
- LA PROTECCIÓN DE LOS SECRETOS COMERCIALES NO REQUIERE OBEDECER A REQUISITOS COMO LA DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN A UNA AUTORIDAD GUBERNAMENTAL

## SECRETOS INDUSTRIALES (DESVENTAJAS)

- SI EL SECRETO SE PLASMA EN UN PRODUCTO INNOVADOR, ÉSTE PODRÁ SER INSPECCIONADO Y ANALIZADO (LO QUE SE LLAMA "INGENIERÍA INVERSA") POR TERCEROS QUE PODRÁN DESCUBRIR EL SECRETO Y, POR CONSIGUIENTE, UTILIZARLO. DE HECHO, LA PROTECCIÓN POR SECRETO COMERCIAL DE UNA INVENCION NO CONFIERE EL DERECHO EXCLUSIVO DE IMPEDIR A TERCEROS UTILIZARLA DE MANERA COMERCIAL. ÚNICAMENTE LAS PATENTES Y LOS MODELOS DE UTILIDAD BRINDAN ESTE TIPO DE PROTECCIÓN
- UNA VEZ QUE EL SECRETO SE DIVULGA, TODO EL MUNDO PUEDE TENER ACCESO AL MISMO Y UTILIZARLO COMO LE PLAZCA

# ESQUEMA DE CONFIDENCIALIDAD

# ADOPCIÓN DE MEDIDAS TÉCNICAS AL ALCANCE





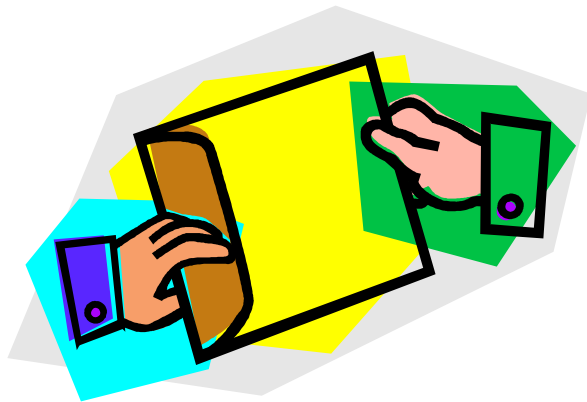
# SELECCIÓN DE PERSONAS A QUIENES SE LES VA A COMUNICAR LA INFORMACIÓN



# AVISO A USUARIOS DE LA NATURALEZA CONFIDENCIAL DE LA INFORMACIÓN



# RECONOCIMIENTO DE USUARIOS DE LA RECEPCIÓN DE LA INFORMACIÓN



# CONTRATOS DE CONFIDENCIALIDAD



→ CONTRATOS DE CONFIDENCIALIDAD

→ CLÁUSULAS DE CONFIDENCIALIDAD PRESENTES EN OTROS CONVENIOS

# SECRETOS INDUSTRIALES



## OBJETO DE CONTRATOS



PROTECCIÓN



CONTRATO DE CONFIDENCIALIDAD



COMERCIALIZACIÓN

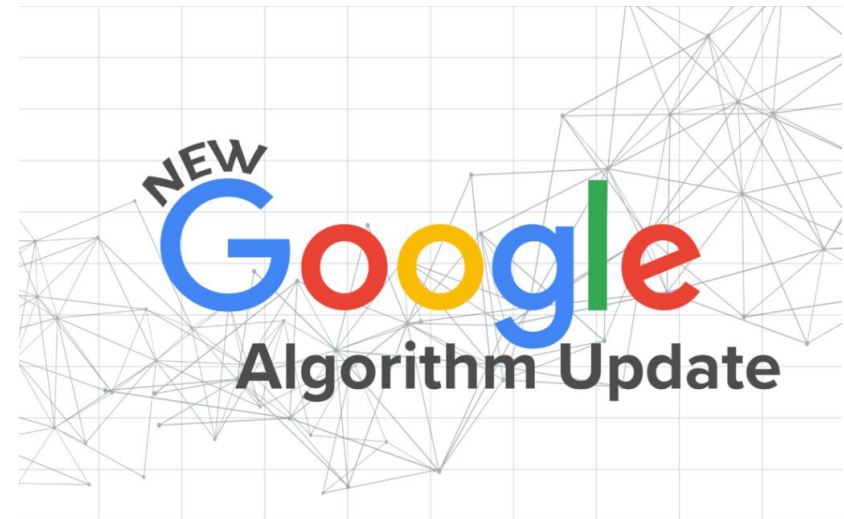


TRANSMISIÓN O LICENCIA

## CASOS EJEMPLIFICATIVOS:



The Coca-Cola logo, featuring the brand name in its iconic red script font.



# VIOLACIÓN DE SECRETOS INDUSTRIALES

# INGENIERÍA DE REVERSA SIN APODERAMIENTO ILEGÍTIMO DE INFORMACIÓN



**NO** EXISTE VIOLACIÓN A SECRETOS INDUSTRIALES



APODERAMIENTO ILEGÍTIMO  
O  
REVELACIÓN NO AUTORIZADA



VIOLACIÓN A SECRETOS INDUSTRIALES

# 5. MARCAS, AVISOS COMERCIALES Y NOMBRES COMERCIALES

LOS **SIGNOS DISTINTIVOS** SON TODOS AQUÉLLOS SÍMBOLOS, FIGURAS, VOCABLOS O EXPRESIONES QUE SE UTILIZAN EN LA INDUSTRIA O EN EL COMERCIO PARA DISTINGUIR UN PRODUCTO, SERVICIO O ESTABLECIMIENTO, DE OTROS DE SU MISMA ESPECIE, CLASE O ACTIVIDAD EN EL MERCADO.

→ **MARCAS:**

- **MARCAS TRADICIONALES**
- **MARCAS NO TRADICIONALES**
- **MARCAS COLECTIVAS**
- **MARCAS DE CERTIFICACIÓN**
- **MARCAS NOTORIAS**
- **MARCAS FAMOSAS**

→ **AVISOS COMERCIALES**

→ **NOMBRES COMERCIALES**

# MARCO JURÍDICO NACIONAL Y AUTORIDAD

- LEY FEDERAL DE PROTECCIÓN A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
- REGLAMENTO DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL



## MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL RELEVANTE (EXISTEN OTROS)

- EL CONVENIO DE PARÍS PARA LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
- ARREGLO DE NIZA RELATIVO A LA CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL REGISTRO DE LAS MARCAS
- EL PROTOCOLO CONCERNIENTE AL ARREGLO DE MADRID RELATIVO AL REGISTRO INTERNACIONAL DE MARCAS
- EL ACUERDO SOBRE LOS ASPECTOS DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO
- TRATADOS DE LIBRE COMERCIO CELEBRADOS POR MÉXICO EN LO QUE HACE A SUS CAPÍTULOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

## MARCA. CONCEPTO

TODO **SIGNO PERCEPTIBLE POR LOS SENTIDOS** Y SUSCEPTIBLE DE REPRESENTARSE DE MANERA QUE PERMITA DETERMINAR EL OBJETO CLARO Y PRECISO DE LA PROTECCIÓN, QUE **DISTINGA PRODUCTOS O SERVICIOS** DE OTROS DE SU MISMA ESPECIE O CLASE EN EL MERCADO



## AVISO COMERCIAL. CONCEPTO

- SON LAS **PALABRAS, FRASES U ORACIONES** QUE TENGAN POR OBJETO **ANUNCIAR** AL PÚBLICO ESTABLECIMIENTOS O NEGOCIACIONES COMERCIALES, INDUSTRIALES O DE SERVICIOS, PRODUCTOS O SERVICIOS, PARA **DISTINGUIRLOS** DE LOS DE SU ESPECIE
- NO INCLUYEN DISEÑOS
- EL DERECHO AL USO EXCLUSIVO DE UN AVISO COMERCIAL SE OBTIENE MEDIANTE SU **REGISTRO** ANTE EL IMPI
- VIGENCIA: 10 AÑOS CONTADOS A PARTIR DE LA **FECHA DE OTORGAMIENTO**
- RENOVABLES POR PERIODOS IGUALES DE TIEMPO

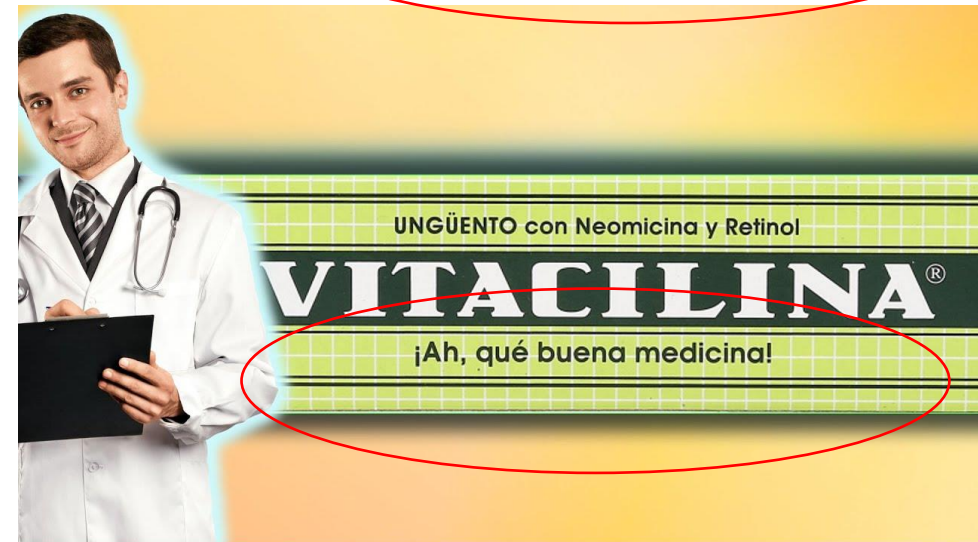
## EJEMPLOS AVISOS COMERCIALES

*El Palacio de Hierro*<sup>®</sup>

SOY TOTALMENTE PALACIO<sup>®</sup>



 Liverpool  
*es parte de mi vida*<sup>®</sup>



UNGÜENTO con Neomicina y Retinol

**VITACILINA**<sup>®</sup>

¡Ah, qué buena medicina!



## NOMBRE COMERCIAL. CONCEPTO

- ES EL **NOMBRE O DENOMINACIÓN** CON EL QUE SE IDENTIFICA DE MANERA VISIBLE, UN COMERCIO, ESTABLECIMIENTO, EMPRESA O INDUSTRIA
- LA PROTECCIÓN ABARCA LA ZONA GEOGRÁFICA DE LA CLIENTELA EFECTIVA (EN LA COLONIA, CIUDAD O ESTADO) EN DONDE SE OFRECEN LOS PRODUCTOS O SE PRESTAN LOS SERVICIOS Y SE PUEDE EXTENDER A TODA LA REPÚBLICA, SI EXISTE DIFUSIÓN MASIVA Y CONSTANTE A NIVEL NACIONAL
- SE DEBERÁ ESTABLECER EL GIRO PREPONDERANTE Y UBICACIÓN  
EL NOMBRE COMERCIAL Y EL DERECHO A SU USO EXCLUSIVO ESTARÁN PROTEGIDOS, SIN **NECESIDAD DE REGISTRO**
- QUIEN ESTÉ **USANDO** UN NOMBRE COMERCIAL PODRÁ SOLICITAR AL IMPI, LA **PUBLICACIÓN** DEL MISMO EN LA GACETA, PARA ESTABLECER LA PRESUNCIÓN DE LA BUENA FE EN LA ADOPCIÓN Y USO DEL NOMBRE COMERCIAL
- LOS EFECTOS DE LA PUBLICACIÓN DURARAN **DIEZ AÑOS**, A PARTIR DE LA FECHA DE OTORGAMIENTO Y PODRÁN RENOVARSE POR PERIODOS DE LA MISMA DURACIÓN



**ORDEN DE PUBLICACION DE NOMBRE COMERCIAL****Orden de Publicación 22213****NATURAL MART**

EXPEDIENTE: **8993** FECHA DE PRESENTACIÓN: **23/Febrero/2021 2:00:37 PM**  
FECHA DE PRIMER USO: **4/Febrero/2014** FECHA DE VIGENCIA: **29/Abril/2031**  
TITULAR: JOSE DE JESUS CANCINO PARTIDA  
DOMICILIO DEL TITULAR: 27 PONIENTE NUM. EXT. 1705, LOS VOLCANES PUEBLA, PUEBLA 72410 MEXICO  
CLASE: 42  
SE APLICA A: LOS SERVICIOS DE COMPRA-VENTA DE PRODUCTOS DE BELLEZA, COSMETICOS Y ENVASES; ALIMENTOS NATURALES Y NUTRICIONALES; COMERCIALIZACION DE ARTICULOS RELACIONADOS CON EL CUIDADO PERSONAL

# NOMBRE COMERCIAL O MARCA DE SERVICIO



# LA MARCA. EL SIGNO DISTINTIVO MÁS USUAL. CARACTERÍSTICAS RELEVANTES

## PRINCIPIOS FUNDAMENTALES

- **ESPECIALIDAD.** PROTEGEN SOLO AQUELLOS PRODUCTOS O SERVICIOS COMPRENDIDOS EN LA CLASE QUE SE SOLICITA
- **TEMPORALIDAD.** LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INDUSTRIAL OTORGADOS SON VÁLIDOS POR UN TIEMPO DETERMINADO
- **TERRITORIALIDAD.** EL REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS SURTE EFECTO EN TODA LA REPÚBLICA MEXICANA; POR LO QUE DEBE OBTENER EL REGISTRO PARA LA MISMA MARCA EN LOS OTROS PAÍSES PARA LOS QUE SE DESEA SU PROTECCIÓN
- **DISTINTIVIDAD.** DEBE DE DISTINGUIR PRODUCTOS O SERVICIOS DE OTROS IGUALES O SIMILARES DE DISTINTA PROCEDENCIA. DEBE DE EVITAR CONFUSIÓN CON OTROS SIMILARES
- **LICITUD.** SE PROHÍBE EL REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS QUE SEAN CONTRARIOS AL ORDEN PÚBLICO O CONTRAVENGAN CUALQUIER DISPOSICIÓN LEGAL

# CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

Clase	Productos
<b>Clase 1</b>	Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones extintoras; preparaciones para templar y soldar metales; productos químicos para conservar alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) para la industria.
<b>Clase 2</b>	Pinturas, barnices, lacas; productos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en bruto; metales en hojas y en polvo para la pintura, la decoración, la imprenta y trabajos artísticos.
<b>Clase 3</b>	Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; dentífricos.
<b>Clase 4</b>	Aceites y grasas para uso industrial; lubricantes; composiciones para absorber, rociar y asentar el polvo; combustibles (incluida la gasolina para motores) y materiales de alumbrado; velas y mechas de iluminación.

Clase	Productos
Clase 5	Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.
Clase 6	Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; artículos de cerrajería y ferretería metálicos; tubos y tuberías metálicos; cajas de caudales; minerales metalíferos.
Clase 7	Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y elementos de transmisión (excepto para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean accionados manualmente; incubadoras de huevos; distribuidores automáticos.
Clase 8	Herramientas e instrumentos de mano accionados manualmente; artículos de cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; maquinillas de afeitar.
Clase 9	Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.
Clase 10	Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios; miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura.



Clase	Productos
Clase 11	Aparatos de alumbrado, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias.
Clase 12	Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.
Clase 13	Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos artificiales.
Clase 14	Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos.
Clase 15	Instrumentos musicales.
Clase 16	Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar; caracteres de imprenta; clichés de imprenta.
Clase 17	Caucho, gutapercha, goma, amianto y mica en bruto o semielaborados, así como sucedáneos de estos materiales; productos de materias plásticas semielaborados; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.
Clase 18	Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas y sombrillas; bastones; fustas y artículos de guarnicionería.
Clase 19	Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.
Clase 20	Muebles, espejos, marcos; hueso, cuerno, marfil, ballena, o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.

Clase	Productos
<b>Clase 21</b>	Utensilios y recipientes para uso domestico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; lana de acero; vidrio en bruto o semielaborado (excepto el vidrio de construcción); artículos de cristalería, porcelana y loza.
<b>Clase 22</b>	Cuerdas y cordeles; redes; tiendas de campana y lonas; velas de navegación; sacos y bolsas; materiales de acolchado y relleno (excepto el papel, el cartón, el caucho o las materias plásticas);materias textiles fibrosas en bruto.
<b>Clase 23</b>	Hilos para uso textil.
<b>Clase 24</b>	Tejidos y sucedáneos de tejidos; ropa de cama; ropa de mesa.
<b>Clase 25</b>	Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.
<b>Clase 26</b>	Encajes y bordados, cintas y cordones; botones, ganchos y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales.
<b>Clase 27</b>	Alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos; tapices murales que no sean de materias textiles.
<b>Clase 28</b>	Juegos y juguetes; artículos de gimnasia y deporte; adornos para árboles de Navidad.
<b>Clase 29</b>	Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.
<b>Clase 30</b>	Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Clase	Productos
Clase 31	Productos agrícolas, hortícolas y forestales; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; plantas y flores naturales; animales vivos; alimentos para animales; malta.
Clase 32	Cervezas; aguas minerales y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.
Clase 33	Bebidas alcohólicas (excepto cervezas).
Clase 34	Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.

Clase	Servicios
Clase 35	Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.
Clase 36	Servicios de seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios.
Clase 37	Servicios de construcción; servicios de reparación; servicios de instalación.
Clase 38	Telecomunicaciones.
Clase 39	Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes.
Clase 40	Tratamiento de materiales.
Clase 41	Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.
Clase 42	Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.
Clase 43	Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.
Clase 44	Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.
Clase 45	Servicios jurídicos; servicios de seguridad para la protección de bienes y personas; servicios personales y sociales prestados por terceros para satisfacer necesidades individuales.

## ¿QUÉ SE PUEDE REGISTRAR COMO MARCA?

- LAS DENOMINACIONES, LETRAS, NÚMEROS, ELEMENTOS FIGURATIVOS Y COMBINACIONES DE COLORES, ASÍ COMO LOS SIGNOS HOLOGRÁFICOS
- LAS FORMAS TRIDIMENSIONALES (ENVOLTORIOS, EMPAQUES, ENVASES, LA FORMA O LA PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS)
- LOS NOMBRES COMERCIALES Y DENOMINACIONES O RAZONES SOCIALES
- EL NOMBRE PROPIO DE UNA PERSONA FÍSICA, SIEMPRE QUE NO SE CONFUNDA CON UNA MARCA REGISTRADA O UN NOMBRE COMERCIAL PUBLICADO
- LOS SONIDOS
- LOS OLORES
- LA PLURALIDAD DE ELEMENTOS OPERATIVOS; ELEMENTOS DE IMAGEN, INCLUIDOS, ENTRE OTROS, EL TAMAÑO, DISEÑO, COLOR, DISPOSICIÓN DE LA FORMA, ETIQUETA, EMPAQUE, LA DECORACIÓN O CUALQUIER OTRO QUE AL COMBINARSE, DISTINGAN PRODUCTOS O SERVICIOS EN EL MERCADO
- LA COMBINACIÓN DE LOS SIGNOS SEÑALADOS EN LOS INCISOS ANTERIORES

# ¿QUÉ NO SE PUEDE REGISTRAR COMO MARCA?

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS **SIGNOS IDÉNTICOS O SEMEJANTES EN GRADO DE CONFUSIÓN**, A UNA MARCA EN TRÁMITE DE REGISTRO PRESENTADA CON ANTERIORIDAD, O A UNA REGISTRADA Y VIGENTE, APLICADA A LOS MISMOS O SIMILARES PRODUCTOS O SERVICIOS. QUEDAN INCLUIDOS AQUELLOS QUE SEAN IDÉNTICOS A OTRA MARCA YA REGISTRADA O EN TRÁMITE POR EL MISMO TITULAR, PARA DISTINGUIR PRODUCTOS O SERVICIOS IDÉNTICOS;

## EJEMPLOS



## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

## EJEMPLOS

### SIGNOS GENÉRICOS

LOS **NOMBRES TÉCNICOS O DE USO COMÚN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS** QUE PRETENDEN DISTINGUIRSE CON LA MARCA, ASÍ COMO AQUELLAS PALABRAS, DENOMINACIONES, FRASES, O ELEMENTOS FIGURATIVOS QUE, EN EL LENGUAJE CORRIENTE O EN LAS PRÁCTICAS COMERCIALES, SE HAYAN CONVERTIDO EN ELEMENTOS USUALES O GENÉRICOS DE LOS MISMOS

→ TÉRMINO QUE ES DESIGNADO COMÚNMENTE POR EL CONSUMIDOR A DETERMINADO PRODUCTO O SERVICIO



(PARA SERVICIOS DE SPA)

**“CHIMICHURRI”**: RESULTA GENÉRICO PARA DISTINGUIR SALSAS Y ADOBOS CULINARIOS, DE LA CLASE 30

**“FRUTA”**: SIGNO GENÉRICO EN RELACIÓN CON MANZANAS, DE LA CLASE 31

**“CYNARA SCOLYMUS”**: RESULTA GENÉRICO PARA DISTINGUIR ALCACHOFAS, DE LA CLASE 31, POR SER EL NOMBRE CIENTÍFICO DE DICHS PRODUCTOS

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

### ELEMENTOS AISLADOS

LAS LETRAS, LOS DÍGITOS O SU NOMBRE O LOS COLORES AISLADOS, A MENOS QUE ESTÉN COMBINADOS O ACOMPAÑADOS DE OTROS SIGNOS QUE LES DEN UN CARÁCTER DISTINTIVO

EJEMPLO DE LO QUE SI SE PUEDE REGISTRAR:



PARA DISTINGUIR ÚTILES DE ESCRITORIO CLASE 16

## EJEMPLOS

M 3 ■

PARA CUALQUIER PRODUCTO O SERVICIO

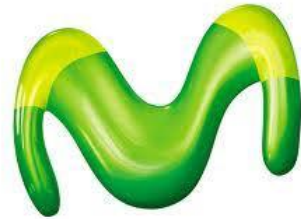
**COMENTARIO:** ESTE SIGNO SÍ ES SUSCEPTIBLE DE SER REGISTRADO, TODA VEZ QUE NO PRETENDE REIVINDICAR EL COLOR AMARILLO EN ABSTRACTO, SINO DELIMITADO POR LA FIGURA DE UN RAYO, QUE RESULTA DISTINTIVA EN RELACIÓN CON “ÚTILES DE ESCRITORIO”, DE LA CLASE 16



## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

### ELEMENTOS AISLADOS

EJEMPLO DE LO QUE **SI** SE PUEDE REGISTRAR:



## EJEMPLOS

**COMENTARIO:** EL OBJETO DE PROTECCIÓN DE LA MARCA NO RECAE SOBRE LA LETRA “**M**” AISLADAMENTE, SINO SOBRE LOS DISEÑOS O GRAFÍAS PARTICULARES QUE EN CADA CASO PRESENTAN

SIN EMBARGO, POR LO GENERAL LOS TITULARES DE LAS MARCAS DEBEN TOLERAR LA EXISTENCIA DE OTROS SIGNOS QUE CONTENGAN ESTA MISMA LETRA, SIEMPRE QUE PRESENTEN DISEÑOS O GRAFÍAS QUE LOS DIFERENCIEN Y EVITEN UN RIESGO DE CONFUSIÓN EN EL CONSUMIDOR

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

### SIGNOS DESCRIPTIVOS

LOS SIGNOS QUE SEAN DESCRIPTIVOS (QUE DESCRIBAN) DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PRETENDEN DISTINGUIR

→ SE CONSIDERA SIGNOS DESCRIPTIVOS A AQUELLOS QUE TRANSMITEN UN MENSAJE QUE INFORMA DIRECTAMENTE ACERCA DE LAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SE PRETENDEN DISTINGUIR

→ SE INCLUYEN LOS SIGNOS QUE SIRVAN PARA DESIGNAR LA ESPECIE, CALIDAD, CANTIDAD, COMPOSICIÓN, DESTINO, VALOR, LUGAR DE ORIGEN

## EJEMPLOS

“WODKA” (PARA BEBIDAS ALCOHÓLICAS)  
“EL VIAJERO FELIZ” (PARA VIAJES)  
“GARANTÍA DE CALIDAD TOTAL” (PARA PRODUCTOS DE PAPELERÍA),  
“1KG” (PARA CONFITERÍA Y DULCES)  
“DOCENA” (PARA HUEVOS)  
“SIX PACK” (PARA CERVEZAS)  
“FRÍOS” (PARA HELADOS)  
“ANTICASPA” (PARA SHAMPÚ Y ACONDICIONADOR)

# Impedimentos para registro de marcas

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

## EJEMPLOS

### SIGNOS DESCRIPTIVOS

EJEMPLO DE LO QUE SI SE PUEDE REGISTRAR:



ES POSIBLE REGISTRAR COMO MARCA SIGNOS QUE INCLUYAN ELEMENTOS DESCRIPTIVOS, SIEMPRE QUE PRESENTEN OTROS ELEMENTOS QUE LE APORTEN APTITUD DISTINTIVA AL CONJUNTO

**COMENTARIO:** SIGNO SUSCEPTIBLE DE ACCEDER A REGISTRO, TODA VEZ QUE SI BIEN CONTIENE ELEMENTOS DESCRIPTIVOS (FIGURA DE NARANJAS Y LA FRASE “JUGO DE FRUTA NATURAL”), INCLUYE ADEMÁS LA DENOMINACIÓN “RAYITO DE SOL”, QUE ES ARBITRARIA EN RELACIÓN CON “JUGOS DE FRUTA”, Y POR LO TANTO LE APORTA DISTINTIVIDAD AL SIGNO EN SU CONJUNTO

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LA TRADUCCIÓN, LA VARIACIÓN ORTOGRÁFICA CAPRICIOSA O LA CONSTRUCCIÓN ARTIFICIAL DE PALABRAS NO REGISTRABLES

## EJEMPLOS

**Zofgüer**

PARA PROGRAMAS INFORMÁTICOS (SOFTWARE)

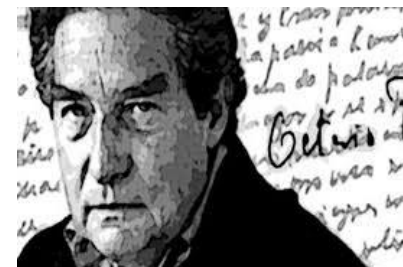
## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS NOMBRES, APELLIDOS, APELATIVOS O SEUDÓNIMOS DE PERSONAS QUE HAYAN ADQUIRIDO TAL PRESTIGIO, RECONOCIMIENTO O FAMA QUE AL USARSE PUEDAN CREAR UN RIESGO DE ASOCIACIÓN, INDUCIR AL ERROR, CONFUSIÓN O ENGAÑO AL PÚBLICO CONSUMIDOR, SALVO QUE SE TRATE DE DICHA PERSONA O EXISTA CONSENTIMIENTO EXPRESO DE LA MISMA O DE QUIEN TENGA EL DERECHO CORRESPONDIENTE

ASIMISMO, NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCA, LA IMAGEN, LA VOZ IDENTIFICABLE, EL RETRATO Y LAS FIRMAS DE PERSONAS, SIN SU CONSENTIMIENTO EXPRESO, O SI HAN FALLECIDO, DE QUIEN TENGA EL DERECHO CORRESPONDIENTE

## EJEMPLOS

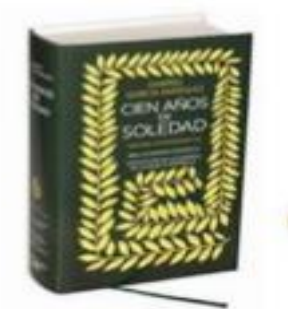
“REYNA SOFÍA”



## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS NOMBRES O DENOMINACIONES IDÉNTICOS O SEMEJANTES EN GRADO DE CONFUSIÓN A LOS **TÍTULOS DE OBRAS LITERARIAS O ARTÍSTICAS**, ASÍ COMO TAMPOCO LA REPRODUCCIÓN O IMITACIÓN DE ELEMENTOS CONTENIDOS EN ELLA; CUANDO LA OBRA TENGA TAL **RELEVANCIA O RECONOCIMIENTO QUE PUEDAN SER SUSCEPTIBLES DE ENGAÑAR AL PÚBLICO O INDUCIR A ERROR** POR CREER INFUNDADAMENTE QUE EXISTE ALGUNA RELACIÓN O ASOCIACIÓN CON DICHAS OBRAS, SALVO QUE EL TITULAR DEL DERECHO CORRESPONDIENTE LO AUTORICE EXPRESAMENTE.

## EJEMPLOS



**Harry Potter**

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

ASIMISMO, NO SERÁ REGISTRABLE COMO MARCA LA REPRODUCCIÓN, YA SEA TOTAL O PARCIAL, DE **OBRAS LITERARIAS O ARTÍSTICAS**, SIN LA AUTORIZACIÓN CORRESPONDIENTE DEL TITULAR DEL DERECHO DE AUTOR.

TAMPOCO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCA LAS **RESERVAS DE DERECHOS VIGENTES**, EXCEPTO EN AQUELLOS CASOS QUE SEA SOLICITADO POR EL TITULAR DEL DERECHO CORRESPONDIENTE O POR UN TERCERO CON EL CONSENTIMIENTO DE ESTE.

## EJEMPLOS



## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS SIGNOS SUSCEPTIBLES DE **ENGAÑAR AL PÚBLICO O INDUCIR A ERROR**. ENTENDIÉNDOSE POR TALES, LOS QUE CONSTITUYAN FALSAS INDICACIONES SOBRE: LA NATURALEZA, COMPONENTES, CUALIDADES O EL ORIGEN EMPRESARIAL, DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE PRETENDEN DISTINGUIR

## EJEMPLOS

(PARA CREMAS COSMÉTICAS)





## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS SIGNOS QUE, SIN AUTORIZACIÓN, REPRODUZCAN O IMITEN: ESCUDOS, BANDERAS O EMBLEMAS DE CUALQUIER PAÍS, ESTADO, MUNICIPIO O DIVISIONES POLÍTICAS EQUIVALENTES, ASÍ COMO LAS DENOMINACIONES, SIGLAS, SÍMBOLOS, EMBLEMAS O CUALQUIER OTRO SIGNO DE INSTRUMENTOS INTERNACIONALES, ORGANIZACIONES INTERNACIONALES, GUBERNAMENTALES, NO GUBERNAMENTALES O CUALQUIER OTRA ORGANIZACIÓN RECONOCIDA OFICIALMENTE, ASÍ COMO LA DESIGNACIÓN VERBAL DE LOS MISMOS

## EJEMPLOS



## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LAS QUE REPRODUZCAN O IMITEN SIGNOS O SELLOS OFICIALES DE CONTROL Y GARANTÍA ADOPTADOS POR UN ESTADO, SIN AUTORIZACIÓN DE LA AUTORIDAD COMPETENTE, O MONEDAS, BILLETES DE BANCO, MONEDAS CONMEMORATIVAS O CUALQUIER MEDIO OFICIAL DE PAGO NACIONAL O EXTRANJERO

## EJEMPLOS



**NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS**

LOS SIGNOS IDÉNTICOS O SEMEJANTES A LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN, INDICACIONES GEOGRÁFICAS, DENOMINACIONES O SIGNOS DE LUGARES QUE SE CARACTERICEN POR LA FABRICACIÓN O PRODUCCIÓN DE CIERTOS PRODUCTOS O LA PRESTACIÓN DE CIERTOS SERVICIOS, ASÍ COMO AQUELLOS QUE SE ACOMPAÑEN DE EXPRESIONES TALES COMO: "GENERO", "TIPO", "MANERA", "IMITACIÓN", "PRODUCIDO EN", "CON FABRICACIÓN EN" QUE CREEN CONFUSIÓN EN EL CONSUMIDOR O IMPLIQUEN COMPETENCIA DESLEAL

**EJEMPLOS**

**"TALAVERA"**

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS SIGNOS IGUALES O SEMEJANTES EN GRADO DE CONFUSIÓN A UNA MARCA QUE EL INSTITUTO ESTIME O HAYA DECLARADO **NOTORIAMENTE CONOCIDA EN MÉXICO**, PARA SER APLICADAS A CUALQUIER PRODUCTO O SERVICIO

LOS SIGNOS IDÉNTICOS O SEMEJANTES EN GRADO DE CONFUSIÓN A UNA MARCA QUE EL INSTITUTO ESTIME O HAYA **DECLARADO FAMOSA**, PARA SER APLICADAS A CUALQUIER PRODUCTO O SERVICIO

## EJEMPLOS



## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS SIGNOS QUE SEAN IDÉNTICOS O SEMEJANTES EN GRADO DE CONFUSIÓN, A UN NOMBRE COMERCIAL APLICADO A UNA EMPRESA O A UN ESTABLECIMIENTO INDUSTRIAL, COMERCIAL O DE SERVICIOS, CUYO GIRO PREPONDERANTE SEA LA ELABORACIÓN O VENTA DE LOS PRODUCTOS O LA PRESTACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE SE PRETENDAN AMPARAR CON LA MARCA, Y SIEMPRE QUE EL NOMBRE COMERCIAL HAYA SIDO USADO CON ANTERIORIDAD A LA FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA O LA DE USO DECLARADO DE LA MISMA. LO ANTERIOR NO SERÁ APLICABLE, CUANDO LA SOLICITUD DE MARCA LA PRESENTE EL TITULAR DEL NOMBRE COMERCIAL, SI NO EXISTE OTRO NOMBRE COMERCIAL IDÉNTICO QUE HAYA SIDO PUBLICADO

## EJEMPLOS

**CARLI vs CARLIS**

*Giro: Pastelería*

*Para servicios de comercialización de pasteles para terceros (intermediario comercial)*

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

EL **NOMBRE PROPIO DE UNA PERSONA FÍSICA** QUE SEA IDÉNTICO O SEMEJANTE EN GRADO DE CONFUSIÓN A UNA MARCA EN TRAMITE DE REGISTRO PRESENTADA CON ANTERIORIDAD O A UNA REGISTRADA Y VIGENTE, O UN NOMBRE COMERCIAL PUBLICADO, **APLICADO A LOS MISMOS O SIMILARES PRODUCTOS O SERVICIOS**

LOS SIGNOS QUE REPRODUZCAN O IMITEN DENOMINACIONES O ELEMENTOS QUE HAGAN REFERENCIA A VARIETADES VEGETALES PROTEGIDAS, ASÍ COMO LAS **RAZAS DE ANIMALES**, QUE PUEDAN CAUSAR CONFUSIÓN EN EL PÚBLICO CONSUMIDOR RESPECTO DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A DISTINGUIR, Y

## EJEMPLOS



TANYA  MOSS<sup>®</sup>

“RETRIEVER FOOD”

“BEAGLE”

“KIWI AMARILLO”

## NO SERÁN REGISTRABLES COMO MARCAS

LOS **SIGNOS SOLICITADOS DE MALA FE**. SE ENTIENDE POR MALA FE, ENTRE OTROS CASOS, EL HABER SOLICITADO EL REGISTRO DE UN SIGNO CON EL PROPÓSITO DE OBTENER UN BENEFICIO O VENTAJA INDEBIDA EN PERJUICIO DE SU LEGÍTIMO TITULAR.

## EJEMPLOS

MARCA SOLICITADA POR EL AGENTE O DISTRIBUIDOR DE UNA MARCA EXTRANJERA

“SECUESTRO DE MARCAS”

# TIPOS DE MARCAS



## MARCAS TRADICIONALES



- NOMINATIVA
- INNOMINADA
- TRIDIMENSIONAL
- MIXTA

## MARCAS NO TRADICIONALES



- HOLOGRÁFICA
- SONORA
- OLFATIVA
- IMAGEN COMERCIAL (TRADE DRESS)
- MARCA DE CERTIFICACIÓN

## MARCAS TRADICIONALES

- **NOMINATIVA:** SÓLO LETRAS, PALABRAS O NÚMEROS
- **INNOMINADA:** SÓLO DISEÑO
- **TRIDIMENSIONAL:** LA FORMA O PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN TRES DIMENSIONES
- **MIXTA:** COMBINACIÓN DE CUALQUIERA DE LAS ANTERIORES

## MARCAS NOMINATIVAS

- AQUELLAS QUE IDENTIFICAN UN PRODUCTO O SERVICIO A PARTIR DE UNA **DENOMINACIÓN**; PUEDEN CONSTITUIRSE DE LETRAS, PALABRAS O NÚMEROS Y CONTENER SIGNOS ORTOGRÁFICOS QUE AUXILIEN A SU CORRECTA LECTURA. NADA DE DISEÑO
- EL SOLICITANTE SE RESERVA EL USO EN CUALQUIER TIPO O TAMAÑO DE LETRA. SE PRESENTAN SIN TIPOGRAFÍA ESTILIZADA Y EN COLOR NEGRO
- ESTAS MARCAS DEBEN DISTINGUIRSE FONÉTICAMENTE DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE SU MISMA ESPECIE. ES DECIR, NO DEBEN TENER SEMEJANZA CON MARCAS QUE PERTENEZCAN A PRODUCTOS O SERVICIOS DE SU MISMA ESPECIE O CLASE

**NIKE**

**BIMBO**

**AVON**

**ADIDAS**

**3M**

## MARCAS INNOMINADAS

- SON AQUELLAS QUE IDENTIFICAN UN PRODUCTO O SERVICIO Y SE CONSTITUYEN A PARTIR DE **FIGURAS, DISEÑOS, LOGOTIPOS O COMBINACIONES DE COLORES** DESPROVISTOS DE LETRAS, PALABRAS O NÚMEROS
- SON FIGURAS O LOGOTIPOS QUE DIFERENCIAN VISUALMENTE A UNA MARCA



## MARCAS TRIDIMENSIONALES

- SON LOS ENVOLTORIOS, EMPAQUES, ENVASES; LA FORMA O PRESENTACIÓN DE LOS PRODUCTOS EN SUS TRES DIMENSIONES (ALTO, ANCHO Y FONDO). DEBEN ESTAR DESPROVISTAS DE PALABRAS O DIBUJOS (SIN DENOMINACIÓN NI DISEÑOS)
- CORRESPONDEN A LA FORMA DE LOS PRODUCTOS O SUS EMPAQUES, ENVASES O ENVOLTORIOS, SIEMPRE Y CUANDO SEAN CARACTERÍSTICOS Y LOS DISTINGAN DE PRODUCTOS DE SU MISMA CLASE
- SE INCORPORARÁ A LA SOLICITUD UNA REPRESENTACIÓN DE LA MARCA, YA SEA FOTOGRÁFICA O DE DIBUJO, EN TRES PLANOS: ANCHO, ALTO Y VOLUMEN, EN BLANCO Y NEGRO O, EN SU CASO, A COLOR



## MARCAS MIXTAS

→ LAS MARCAS MIXTAS SE CONSTITUYEN CON LA COMBINACIÓN DE CUALQUIERA DE LOS TIPOS DE MARCAS ANTERIORES



## MARCAS NO TRADICIONALES

- **HOLOGRÁFICA:** COMPUESTA POR UN HOLOGRAMA
- **SONORA:** SONIDOS TANTO MUSICALES COMO NO MUSICALES
- **OLFATIVA:** OLORES QUE DISTINGAN PRODUCTOS O SERVICIOS
- **IMAGEN COMERCIAL (TRADE DRESS):** LA PLURALIDAD DE ELEMENTOS OPERATIVOS; ELEMENTOS DE IMAGEN, INCLUIDOS, ENTRE OTROS, EL TAMAÑO, DISEÑO, COLOR, DISPOSICIÓN DE LA FORMA, ETIQUETA, EMPAQUE, LA DECORACIÓN O CUALQUIER OTRO QUE AL COMBINARSE, DISTINGAN PRODUCTOS O SERVICIOS EN EL MERCADO
- **MARCA DE CERTIFICACIÓN:** SIGNO QUE DISTINGUE PRODUCTOS Y SERVICIOS CUYAS CUALIDADES U OTRAS CARACTERÍSTICAS HAN SIDO CERTIFICADAS POR SU TITULAR



## MARCA HOLOGRÁFICA

- SE INCORPORARÁ A LA SOLICITUD UNA REPRESENTACIÓN DE LA MARCA Y CONSISTIRÁ EN UNA ÚNICA VISTA DEL SIGNO QUE CAPTE EL EFECTO HOLOGRÁFICO EN SU TOTALIDAD O, CUANDO SEA NECESARIO, VARIAS VISTAS DEL SIGNO DESDE DISTINTOS ÁNGULOS. PUEDE SER MIXTA, ESTO ES, PUEDE INCLUIR UNA DENOMINACIÓN Y/O UN DISEÑO



## MARCAS SONORAS

- LA REPRESENTACIÓN PODRÁ REALIZARSE POR MEDIO DE PENTAGRAMAS, FONOGRAMAS O, EN SU CASO, ONOMATOPEYAS («BOOM», «CLAP», «PAM», «TOC», «BING», «CLIC», «PUM»)
- ADEMÁS DEBERÁ PRESENTARSE UNA DESCRIPCIÓN DE LA MARCA SOLICITADA Y ACOMPAÑARSE DE UN SOPORTE MATERIAL QUE CONTENGA EL ARCHIVO DIGITAL QUE REPRODUZCA EL SONIDO. PUEDE SER MIXTA



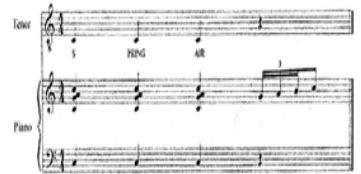
STEREN BRANDS,  
S. DE R.L. DE C.V.

LA MARCA CONSTA EN UN INICIO DE 3 TONOS CONSECUTIVOS DE MISMA LONGITUD Y UNO MAS CON LONGITUD MAS PROLONGADA QUE LOS TRES PRIMEROS, TERMINANDO CON LA PRONUNCIACION EN DOS GOLPES DE VOZ DE LA PALABRA "STEREN" (STEEE-REN). CLASE 35



BEDDING PRODUCTS,  
S.A. DE C.V.

UNA VOZ MASCULINA QUE DURA TRES SEGUNDOS, QUE ESTA CONFORMADA POR LA PALABRA SPRING AIR, CUYO SONIDO SE CONFORMA DE LA COMBINACION DE CIERTOS INSTRUMENTOS. Clase 20



THE COCA-COLA COMPANY

SONIDO QUE SE CREA AL DESTAPAR UNA BOTELLA DE LA MARCA COCA-COLA CON CORCHOLATA DE METAL SEGUIDO DEL SONIDO QUE SE ESCUCHA AL SERVIR UNA COCA-COLA CON ABUNDANTE GAS EN UN VASO. Clase 32



**IMPI**  
INSTITUTO MEXICANO  
DE LA PROPIEDAD  
INDUSTRIAL**TÍTULO DE REGISTRO DE MARCA****GRUPO GRAN CAFÉ DE LA PARROQUIA DE VERACRUZ, S.A.P.I. DE C.V.****Nacionalidad****MÉXICO****Domicilio**INSURGENTES VERACRUZANOS NÚM. EXT 340 NÚM. INT. 2, CENTRO  
VERACRUZ, VERACRUZ 91700 MÉXICO**Establecimiento**INSURGENTES VERACRUZANOS NÚM. EXT 340 NÚM. INT. 2, CENTRO  
VERACRUZ, VERACRUZ 91700 MÉXICO**Registro****1966704****Descripción de  
la marca****SONIDO DE UNA CUCHARA DE METAL GOLPEANDO TRES VECES UN VASO DE VIDRIO.****Sonora****Clase 43****Se aplica a** SERVICIOS DE RESTAURACIÓN (ALIMENTACIÓN). RESTAURANTE.

## MARCAS OLFATIVAS

- DEMOSTRAR QUE EL AROMA NO ES EL PRODUCTO MISMO NI DERIVAN DE SU PROPIA NATURALEZA
- SE DEBERÁ DESCRIBIR LA MARCA SOLICITADA. EN CASO DE DUDA, A EFECTO DE DETERMINAR EL OBJETO DE LA PROTECCIÓN, EL INSTITUTO PODRÁ REQUERIR LA EXHIBICIÓN DEL PRODUCTO AL QUE SE APLICARÁ LA MARCA
- PUEDE SER MIXTA



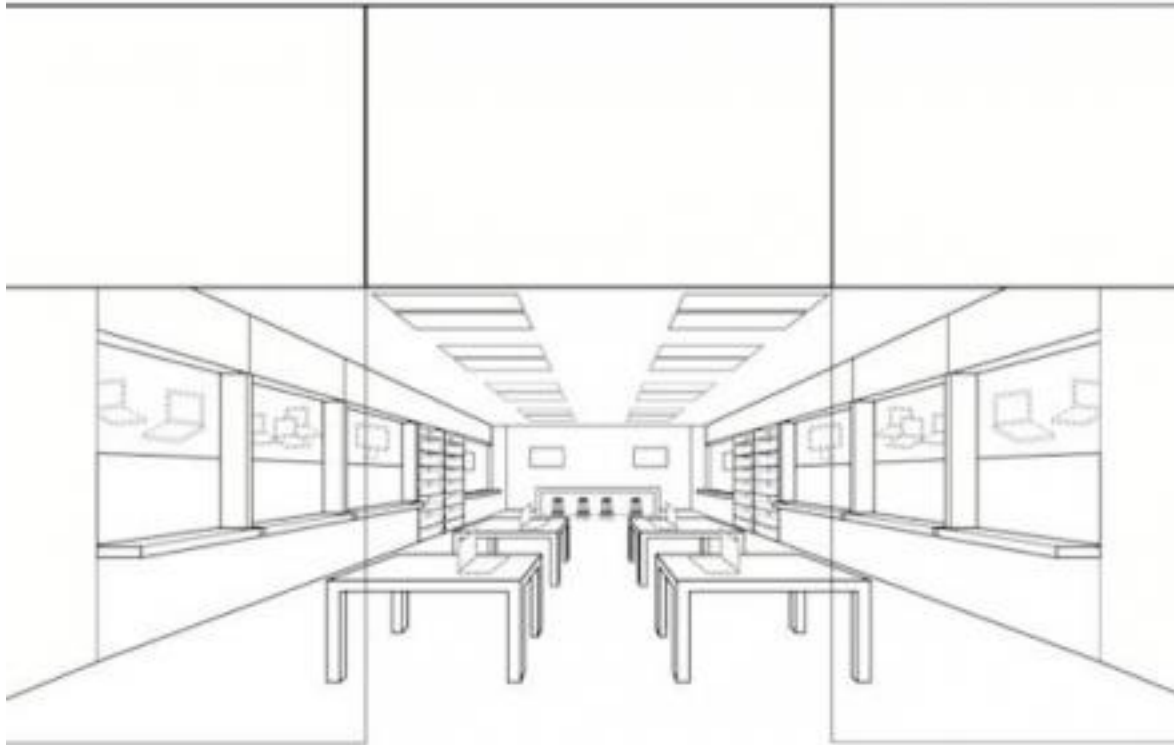
### PLAY-DOH

UN OLOR INCONFUNDIBLE FORMADO POR UNA COMBINACIÓN DULCE, UN TANTO MUSGOSA DE UNA FRAGANCIA CON TONOS DE VAINILLA, CON PEQUEÑOS ACENTOS DE CEREZA Y EL OLOR NATURAL DE UNA MASA SALADA A BASE DE TRIGO. CLASE 28 (PASTA DE MODELAR DE JUGUETE)

## MARCA DE IMAGEN COMERCIAL

- IMAGEN COMERCIAL (TRADE-DRESS)
- LA PLURALIDAD DE ELEMENTOS OPERATIVOS; ELEMENTOS DE IMAGEN, INCLUIDOS, ENTRE OTROS, EL TAMAÑO, DISEÑO, COLOR, DISPOSICIÓN DE LA FORMA, ETIQUETA, EMPAQUE, LA DECORACIÓN O CUALQUIER OTRO QUE AL COMBINARSE, DISTINGAN PRODUCTOS O SERVICIOS EN EL MERCADO
- LA REPRESENTACIÓN DE LA MARCA CONSISTIRÁ EN LA REPRODUCCIÓN FOTOGRÁFICA O DE DIBUJO, EN TRES PLANOS: ANCHO, ALTO Y VOLUMEN, EN BLANCO Y NEGRO O, EN SU CASO, A COLOR. ADEMÁS SE DEBERÁ ACOMPAÑAR UNA DESCRIPCIÓN DETALLADA DE DICHA REPRESENTACIÓN

# EJEMPLOS MARCA IMAGEN COMERCIAL



## ITALIAN COFFEE, S.A. DE C.V.



EL SIGNO DISTINTIVO SE COMPONE DE LA PALABRA THE ITALIAN COFFEE COMPANY EN LETRAS COLOR CAFE Y VERDES, SIENDO QUE EN LA PARTE SUPERIOR DE LA ESTRUCTURA SE MUESTRA UN DISEÑO CON FONDO VERDE DENTRO DE LOS CUALES SE OBSERVA LA FIGURA DE UNOS EDIFICIOS EN COLOR CAFE Y POR DEBAJO DE ESTA LAS PALABRAS THE ITALIAN COFFEE COMPANY EN COLOR CAFE; A LA MITAD DE LA ESTRUCTURA SE MUESTRA EN HORIZONTAL LA PALABRA THE ITALIAN COFFEE COMPANY EN COLOR VERDE, SIENDO QUE TODO LO ANTERIOR SE MUESTRA EN LA FACHADA DE LA CAFETERIA O RESTAURANTE, SIENDO QUE EN LAS IMAGENES ANEXAS SE OBSERVAN LOS DISEÑOS, ACOMODO, MOBILIARIO Y LAY OUT, TODO LO ANTERIOR CONSTITUYENDO LA PLURALIDAD DE ELEMENTOS OPERATIVOS, LOS ELEMENTOS DE IMAGEN, INCLUIDOS, ENTRE OTROS, EL TAMAÑO, DISEÑO, COLOR, DISPOSICION DE LA FORMA, ETIQUETA, EMPAQUE, Y LA DECORACION O CUALQUIER OTRO QUE AL COMBINARSE DISTINGUEN LOS SERVICIOS DEL TITULAR DE LA MARCA EN EL MERCADO. CLASE 43 (SERVICIOS DE CAFETERÍA)



## OTROS TIPOS DE MARCAS

- MARCA COLECTIVA
- MARCA DE CERTIFICACIÓN
- MARCA NOTORIAMENTE CONOCIDA
- MARCA FAMOSA

## MARCAS COLECTIVAS

- MARCA SOLICITADA POR LAS ASOCIACIONES O SOCIEDADES DE PRODUCTORES, FABRICANTES O COMERCIANTES DE PRODUCTOS, O PRESTADORES DE SERVICIOS, LEGALMENTE CONSTITUIDAS, PARA DISTINGUIR EN EL MERCADO, LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE SUS MIEMBROS SIEMPRE QUE ÉSTOS POSEAN CALIDAD O CARACTERÍSTICAS COMUNES ENTRE ELLOS Y DIVERSAS RESPECTO DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE TERCEROS
- CON LA SOLICITUD DE MARCA COLECTIVA SE DEBERÁN PRESENTAR LAS REGLAS PARA SU USO Y ACREDITAR QUE LA ASOCIACIÓN O SOCIEDAD ESTÁ LEGALMENTE CONSTITUIDA
- LA MARCA COLECTIVA NO PODRÁ SER TRANSMITIDA A TERCERAS PERSONAS Y SU USO QUEDARÁ RESERVADO A LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN O SOCIEDAD

## FINALIDAD:

- SOLO LA PUEDEN USAR LOS MIEMBROS DE LA ASOCIACIÓN O SOCIEDAD
- LA MARCA COLECTIVA IDENTIFICA A LA ORGANIZACIÓN TITULAR DE LA MARCA Y LOS PRODUCTOS O SERVICIOS DE SUS MIEMBROS
- SE UTILIZAN BAJO EL CONTROL DE LA COLECTIVIDAD
- LA FUNCIÓN DE LA MARCA COLECTIVA ES INFORMAR AL PÚBLICO ACERCA DE CIERTAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO PARA EL QUE SE UTILIZA DICHA MARCA
- INDICA QUE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PROTEGIDOS POR ESTE TIPO DE MARCA PROCEDEN DE LOS MIEMBROS DE UNA ASOCIACIÓN
- ESENCIALMENTE **INDICAN ORIGEN EMPRESARIAL**



- MARCA: AVO MICH
  - TITULAR: PRO AGUACATE, A.C.
  - PRODUCTO: AGUACATE (PERSEA AMERICANA) VARIEDAD HASS, FRUTO FRESCO PARA CONSUMO HUMANO
- 
- MARCA: ZACHILOS
  - TITULAR: CONSEJO ESTATAL DE PRODUCTOS DE CHILE EN ZACATECAS, S.C.
  - PRODUCTO: CHILES SECOS
- 
- MARCA: GUITARRA PARACHO REGIÓN DE ORIGEN
  - TITULAR: COORDINADORA DE ARTESANOS E INDUSTRIALES DE GUITARRA E INSTRUMENTOS DE CUERDA DE PARACHO A.C.
  - PRODUCTO: INSTRUMENTOS MUSICALES

## MARCAS DE CERTIFICACIÓN

ES UN SIGNO QUE DISTINGUE PRODUCTOS Y SERVICIOS CUYAS CUALIDADES U OTRAS CARACTERÍSTICAS HAN SIDO CERTIFICADAS POR SU TITULAR, TALES COMO:

- LOS COMPONENTES DE LOS PRODUCTOS
- LAS CONDICIONES BAJO LAS CUALES LOS PRODUCTOS HAN SIDO ELABORADOS O LOS SERVICIOS PRESTADOS
- LA CALIDAD, PROCESOS U OTRAS CARACTERÍSTICAS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS
- EL ORIGEN GEOGRÁFICO DE LOS PRODUCTOS

- PODRÁ SOLICITAR EL REGISTRO CUALQUIER PERSONA MORAL, SIEMPRE Y CUANDO NO DESARROLLE UNA ACTIVIDAD EMPRESARIAL QUE IMPLIQUE EL SUMINISTRO DE PRODUCTOS O LA PRESTACIÓN DEL SERVICIO DE LA MISMA NATURALEZA O TIPO QUE AQUELLA CERTIFICA
- EL TITULAR DE LA MARCA DE CERTIFICACIÓN NO LA USA, SINO QUE CERTIFICA LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE ESTÁN PROTEGIDOS POR ELLA
- LA SOLICITUD DE REGISTRO DE UNA MARCA DE CERTIFICACIÓN DEBERÁ ACOMPAÑARSE DE LAS REGLAS PARA SU USO.
- EL TITULAR DE UNA MARCA DE CERTIFICACIÓN AUTORIZARÁ SU USO A TODA PERSONA CUYO PRODUCTO O SERVICIO CUMPLA CON LAS CONDICIONES DETERMINADAS EN LAS REGLAS PARA SU USO



## MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS Y FAMOSAS

**MARCA NOTORIAMENTE CONOCIDA** → 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

**MARCA FAMOSA** → CUANDO SEA CONOCIDA POR LA **MAYORÍA DEL PÚBLICO CONSUMIDOR**, O BIEN, CUANDO ÉSTA TENGA UNA DIFUSIÓN O RECONOCIMIENTO EN EL COMERCIO GLOBAL



MARCA NOTORIAMENTE  
CONOCIDA



CIRCULO DETERMINADO  
DE CONSUMIDORES



MARCA FAMOSA



PÚBLICO EN GENERAL



- DECLARATORIA DE NOTORIEDAD O FAMA POR PARTE DEL IMPI. ACTO ADMINISTRATIVO Y SE REALIZA MEDIANTE SOLICITUD DEL INTERESADO.
- ESTIMACIÓN POR PARTE DEL IMPI AL MOMENTO DE PONDERAR LAS PRUEBAS APORTADAS PARA JUSTIFICAR LA DECLARATORIA

# BENEFICIOS DE REGISTRAR UNA MARCA

CUALQUIER PERSONA, FÍSICA O MORAL, PODRÁ HACER **USO** DE MARCAS EN LA INDUSTRIA, EN EL COMERCIO O EN LOS SERVICIOS QUE PRESTEN.



SIN EMBARGO



EL DERECHO AL USO EXCLUSIVO DE UNA MARCA SE OBTIENE MEDIANTE SU REGISTRO ANTE

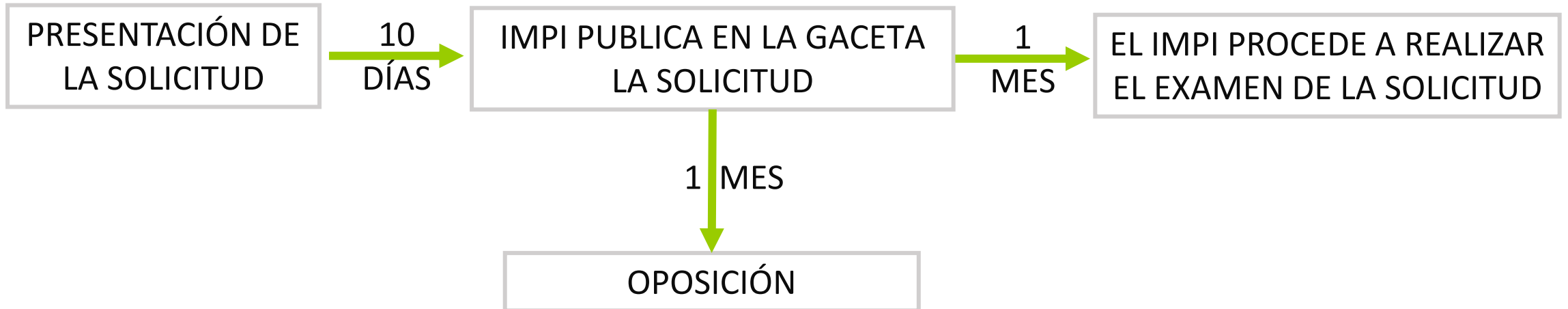


# ¿QUIÉN PUEDE REGISTRAR UNA MARCA?

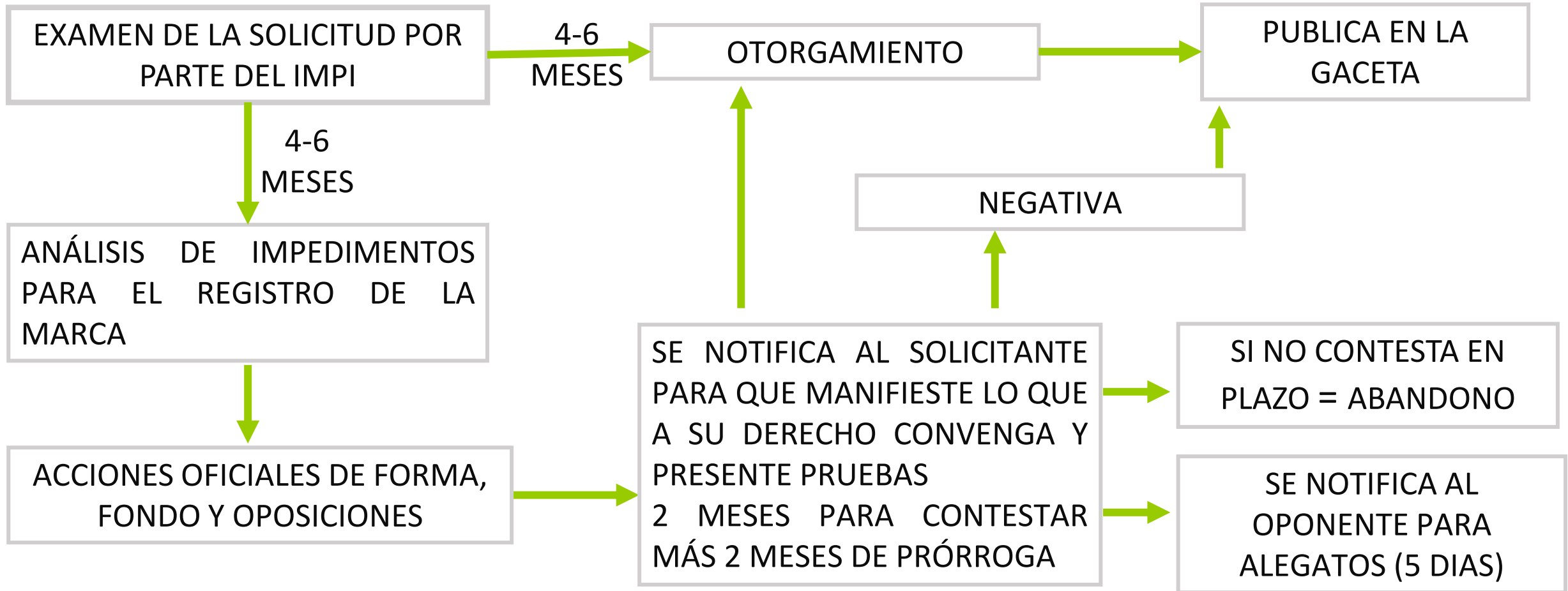
- PERSONAS FÍSICAS O MORALES, NACIONALES O EXTRANJERAS
- LAS PERSONAS FÍSICAS PUEDEN ACTUAR POR SÍ MISMAS O MEDIANTE UN APODERADO. EN EL CASO DE LAS PERSONAS MORALES, DEBE ACTUAR UN REPRESENTANTE LEGAL O APODERADO
- PUEDEN SOLICITAR EL REGISTRO O PUBLICACIÓN DE UN SIGNO DISTINTIVO DOS O MÁS PERSONAS FÍSICAS O MORALES; A ESTO SE LE LLAMA **COTITULARIDAD** (REGLAS DE USO)



# TRÁMITE DE REGISTRO DE MARCAS



OPOSICIÓN: LA LFPI OTORGA LA POSIBILIDAD A QUE CUALQUIER 3RO QUE TENGA INTERÉS, PRESENTE OPOSICIÓN A LA SOLICITUD POR CONSIDERAR QUE LA MARCA INCURRE EN ALGUNA SITUACIÓN QUE POR ESCRITO, PRUEBAS Y PAGO. LA OPOSICIÓN NO PREJUZGARÁ SOBRE EL RESULTADO DEL EXAMEN DE FONDO QUE REALICE EL IMPI



## DECLARATORIA DE MARCA NOTORIA O FAMOSA

- SOLICITUD POR ESCRITO (ESCRITO LIBRE) INDICANDO LOS HECHOS, PRUEBAS Y FUNDAMENTOS.
- EL SECTOR DEL PÚBLICO INTEGRADO POR LOS CONSUMIDORES REALES O POTENCIALES, OTROS SECTORES DEL PÚBLICO, 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**
- FECHA DE PRIMER USO DE LA MARCA, EL TIEMPO DE USO CONTINUO DE LA MARCA, .OS CANALES DE COMERCIALIZACIÓN
- LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN DE LA MARCA
- EL TIEMPO DE PUBLICIDAD EFECTIVA DE LA MARCA EN MÉXICO
- LAS FRANQUICIAS Y LICENCIAS QUE RESPECTO A LA MARCA HAYAN SIDO OTORGADAS.
- EL PORCENTAJE DE LA PARTICIPACIÓN DE LA MARCA EN EL SECTOR O SEGMENTO CORRESPONDIENTE DEL MERCADO



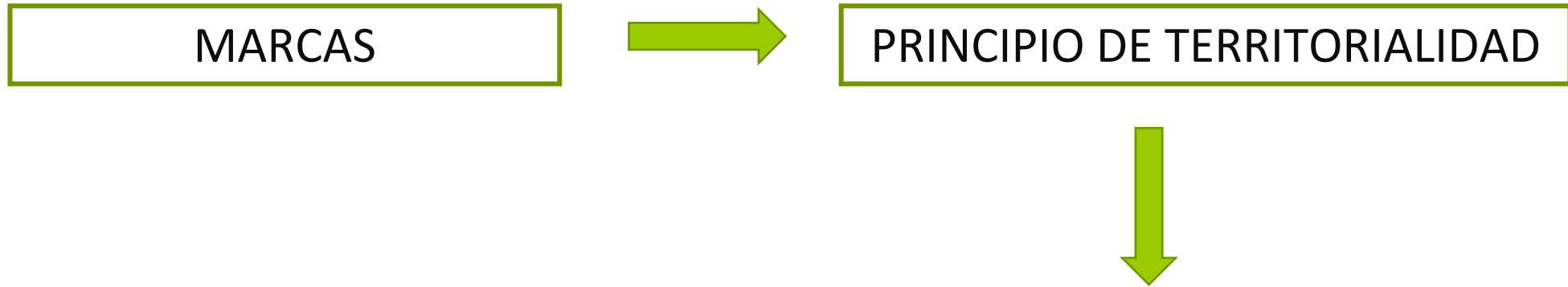
# ALCANCE DE LA PROTECCIÓN



MARCAS

PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD

SE REGISTRAN CON RELACIÓN A CIERTOS **PRODUCTOS O SERVICIOS** Y, POR TANTO, EL DERECHO DE EXCLUSIVIDAD QUE TIENE EL TITULAR SE LIMITA A LA DISTINCIÓN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA LOS QUE FUE REGISTRADA



COMO **REGLA GENERAL**, EL REGISTRO DE LA MARCA PRODUCE EFECTOS EN EL TERRITORIO DEL PAÍS EN EL QUE ESTA FUE REGISTRADA. NO EXISTEN **REGISTROS INTERNACIONALES**. LA LLAMADA "**MARCA INTERNACIONAL**" SE BASA EN UN TRATADO INTERNACIONAL (EL PROTOCOLO DE MADRID) QUE FACILITA LA TRAMITACIÓN DEL REGISTRO DE LA MARCA EN VARIOS PAÍSES, PERO REQUIERE DE UNA VALIDACIÓN O CONFIRMACIÓN DEL REGISTRO PAÍS POR PAÍS.

## VIGENCIA Y RENOVACIÓN DEL REGISTRO

- VIGENCIA: 10 AÑOS CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE OTORGAMIENTO (ANTES PRESENTACIÓN), RENOVABLES POR PERIODOS IGUALES
- DECLARACIÓN DE USO: A LOS 3 AÑOS DE CONCEDIDA LA MARCA (3 MESES POSTERIORES), SE DEBERÁ DE DECLARAR, BAJO PROTESTA DE DECIR VERDAD, EL USO REAL DE LA MARCA EN RELACIÓN CON LOS PRODUCTOS Y/O SERVICIOS EN QUE ESTA ES **EFFECTIVAMENTE** UTILIZADA
- RENOVACIÓN: AL VENCIMIENTO DE SU VIGENCIA, DEBERÁ SER SOLICITADA LA RENOVACIÓN DE SU REGISTRO. LA SOLICITUD SE PODRÁ PRESENTAR 6 MESES ANTES O 6 MESES DESPUÉS, CONTADOS A PARTIR DE LA FECHA DE RENOVACIÓN QUE CORRESPONDA. ANTERIORMENTE LA FECHA PARA COMPUTAR LA FECHA DE RENOVACIÓN ERA LA FECHA DE PRESENTACIÓN DE LA SOLICITUD INICIAL. ACTUALMENTE ES LA **FECHA DEL OTORGAMIENTO DEL REGISTRO**

## UNA VEZ OTORGADO EL REGISTRO DE LA MARCA

- LA MARCA DEBE SER USADA TAL Y COMO FUE REGISTRADA O CON MODIFICACIONES QUE NO ALTEREN SU CARÁCTER DISTINTIVO
- NO SE PUEDEN AUMENTAR EL NÚMERO DE PRODUCTOS O SERVICIOS, PERO SÍ PODRÁ LIMITARSE A DETERMINADOS PRODUCTOS O SERVICIOS LAS VECES QUE SEA SOLICITADO.
- USO DE LA LEYENDA “MARCA REGISTRADA”, LAS SIGLAS “M.R.” O EL SÍMBOLO <sup>®</sup>

## VIGENCIA DE LA DECLARATORIA Y ACTUALIZACIÓN

- VIGENCIA: 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. (DURANTE SU VIGENCIA, LOS IMPEDIMENTOS SE ACTUALIZAN DE MANERA EXPEDITA)
- ACTUALIZACIÓN: 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

# VENTAJAS DE OBTENER LA DECLARATORIA

AL EMITIRSE UNA SOLA DECLARATORIA EN LAS CLASES DE PRODUCTOS Y/O SERVICIOS ESPECÍFICAS DE PROTECCIÓN (NOTORIEDAD) O EN TODAS LAS CLASES (FAMA), EL SOLICITANTE ESTARÁ EN POSIBILIDADES DE HACERLA VALER EN CONTRA DE TERCEROS Y/O A SU FAVOR SIN NECESIDAD DE ACREDITAR DICHA NOTORIEDAD O FAMA EN CADA CASO



## EXTINCIÓN DEL REGISTRO DE UNA MARCA

- CADUCIDAD: POR EL TRANSCURSO DE SU VIGENCIA SIN QUE EXISTA RENOVACIÓN, POR VICIOS EN LA RENOVACIÓN, POR LA FALTA DE USO EFECTIVO EN MÉXICO O POR NO HACER EN TIEMPO, LAS DECLARATORIAS DE USO EXIGIDAS POR LA LEY
- NULIDAD: POR HABERSE OBTENIDO EL REGISTRO DE LA MARCA EN CONTRAVENCIÓN A LAS DISPOSICIONES DE LA LEY
- CANCELACIÓN: SI SU TITULAR HA PROVOCADO O TOLERADO QUE SE TRANSFORME EN UNA DENOMINACIÓN GENÉRICA QUE CORRESPONDA A UNO O VARIOS DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PARA LOS CUALES SE REGISTRÓ



# 6. DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS

## DENOMINACIONES DE ORIGEN

EL PRODUCTO VINCULADO A UNA ZONA GEOGRÁFICA DE LA CUAL ÉSTE ES ORIGINARIO, SIEMPRE Y CUANDO SU CALIDAD, CARACTERÍSTICAS O REPUTACIÓN SE DEBAN EXCLUSIVA O ESENCIALMENTE AL:

- ORIGEN GEOGRÁFICO DE LAS MATERIAS PRIMAS
- LOS PROCESOS DE PRODUCCIÓN Y
- LOS FACTORES NATURALES Y CULTURALES QUE INCIDEN EN EL MISMO

## INDICACIONES GEOGRÁFICAS

EL RECONOCIMIENTO DE:

- UNA ZONA GEOGRÁFICA QUE SIRVA PARA DESIGNAR UN PRODUCTO COMO ORIGINARIO DE LA MISMA
- UNA REFERENCIA QUE INDIQUE UN PRODUCTO COMO ORIGINARIO DE LA MISMA, **O**
- UNA COMBINACIÓN DEL NOMBRE DE UN PRODUCTO Y UNA ZONA GEOGRÁFICA

SIEMPRE Y CUANDO DETERMINADA CALIDAD, CARACTERÍSTICAS O REPUTACIÓN DEL PRODUCTO SE ATRIBUYAN AL ORIGEN GEOGRÁFICO DE ALGUNO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS:

- MATERIAS PRIMAS
- PROCESOS DE PRODUCCIÓN **O**
- FACTORES NATURALES Y CULTURALES.

# DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS

PUEDEN SER:

- NACIONALES. PROTECCIÓN SE TRAMITA Y DECLARA EN MÉXICO
- INTERNACIONALES. PROTECCIÓN SE OTORGA EN FUNCIÓN DE TRATADOS INTERNACIONALES CELEBRADOS POR MÉXICO

DENOMINACIONES DE ORIGEN E INDICACIONES GEOGRÁFICAS  
NACIONALES



BIENES NACIONALES



DECLARACIÓN DE PROTECCIÓN SE TRAMITA ANTE EL IMPI

## DENOMINACIONES DE ORIGEN NACIONALES

- TEQUILA
- OLINALÁ
- MEZCAL
- TALAVERA
- BACANORA
- AMBAR DE CHIAPAS
- CHARANDA
- CAFÉ DE VERACRUZ
- SOTOL
- CAFÉ DE CHIAPAS
- MANGO ATAULFO DEL SOCONUSCO DE CHIAPAS
- VAINILLA DE PAPANTLA
- CHILE HABANERO DE LA PENÍNSULA DE YUCATAN
- ARROZ DEL EDO. DE MORELOS
- QUESO CHIHUAHUA
- EQUIPAL DE ZACOALCO DE TORRES, JALISCO
- BARRO CANELO DEL ROSARIO DEL MPIO. DE TONALA JALISCO
- CACAO DE GRIJALVA
- RAICILLA
- SAL DE COLIMA
- CHILE YAHUALICA
- CHICLE MAYA
- PLUMA
- MAÍZ JALA (EN TRÁMITE)

# INDICACIONES GEOGRÁFICAS NACIONALES

DENOMINACIÓN	PRODUCTO
CHILE POBLANO	CHILE
PULQUE DE HIDALGO	BEBIDA ALCOHÓLICA
XTABENTUN DE LA PENÍNSULA DE YUCATÁN	BEBIDA ALCOHÓLICA
DURAZNO CRIOLLO DE CALPAN	FRUTO
PERA LECHERA DE CALPAN	FRUTO
MANZANA PANOCHERA DE ZACATLÁN	FRUTO
MEZCAL DE OAXACA	BEBIDA ALCOHÓLICA
HIDALGO (EN TRÁMITE)	BEBIDA ALCOHÓLICA
ALEBRIJES, TONAS, NAHUALES Y TALLAS DE MADERA DE LOS VALLES CENTRALES DE OAXACA (EN TRÁMITE)	ARTESANÍA
CHICLE DE LA SELVA MAYA DE LA PENÍNSULA DE YUCATÁN (EN TRÁMITE)	GOMA DE MASCAR

# ALGUNAS DENOMINACIONES DE ORIGEN NACIONALES



\*Tomado de [mexico denominaciones de origen - Bing images](#)





## DIFERENCIA FUNDAMENTAL ENTRE AMBAS FIGURAS

LA DIFERENCIA FUNDAMENTAL RADICA EN EL GRADO DE FORTALEZA DEL **VINCULO** CON EL LUGAR DE ORIGEN

- EN EL CASO DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN, ES NECESARIO QUE CONCURRAN LOS TRES FACTORES QUE SE SEÑALAN EN SU DEFINICIÓN PARA QUE ESTA SE PUEDA PROTEGER (INVARIABLEMENTE FACTORES GEOGRÁFICOS + CARACTERÍSTICAS DE PRODUCCIÓN + FACTORES CULTURALES Y HUMANOS)
- EN EL CASO DE LA INDICACIÓN GEOGRÁFICA, CON QUE SE DÉ UNO DE CRITERIOS, ES VIABLE SU RECONOCIMIENTO Y PROTECCIÓN (CALIDAD, REPUTACIÓN **U** OTRA CARACTERÍSTICA, ASOCIADOS CON EL FACTOR GEOGRÁFICO)

## REQUISITOS PARA SU USO

PARA EL USO DE UNA DENOMINACIÓN DE ORIGEN O UNA INDICACIÓN GEOGRÁFICA ES NECESARIO:

- OBTENER UNA AUTORIZACIÓN PARA SU USO POR PARTE DEL IMPI, LA CUAL SERÁ OTORGADA SI SE ACREDITA QUE EL USUARIO CUMPLE CON LAS CARACTERÍSTICAS QUE LO ENCUADRAN DENTRO DEL RANGO DE APLICACIÓN DE UNA DO O DE UNA IG.
- CUMPLIR CON LAS NORMAS OFICIALES MEXICANAS QUE SEAN APLICABLES AL PRODUCTO DE QUE SE TRATE
- CELEBRAR E INSCRIBIR ANTE EL IMPI LOS CONVENIOS DE VINCULACIÓN, CUANDO EL USO SE VAYA A DAR A TRAVÉS DE UNA AUTORIZACIÓN QUE SE OTORQUE POR PARTE DE UN USUARIO YA AUTORIZADO
- CUMPLIR CON LAS CONDICIONES ESTABLECIDAS EN LOS TRATADOS INTERNACIONALES

# CATÁLOGOS DE DO E IG INTERNACIONALES

→ DENOMINACIONES DE ORIGEN:

[https://drive.google.com/file/d/1VaTL5vrx\\_B7SQaWsFsF3G10hefhcHub6/view](https://drive.google.com/file/d/1VaTL5vrx_B7SQaWsFsF3G10hefhcHub6/view)

→ INDICACIONES GEOGRÁFICAS

[https://drive.google.com/file/d/1Ve2D8Puthlpil12tHIVozS\\_0acQr6H\\_f/view](https://drive.google.com/file/d/1Ve2D8Puthlpil12tHIVozS_0acQr6H_f/view)

# 7. DERECHOS DE AUTOR Y FIGURAS RELACIONADAS

**PROPIEDAD  
INTELECTUAL**

**1. PROPIEDAD INDUSTRIAL**

I. CREACIONES NUEVAS

1. PATENTES
2. MODELOS DE UTILIDAD
3. DISEÑOS INDUSTRIALES
  - a) DIBUJOS INDUSTRIALES
  - b) MODELOS INDUSTRIALES
4. DERECHOS VECINOS A CREACIONES NUEVAS
  - a) TRAZADO DE ESQUEMAS DE CIRCUITOS INTEGRADOS
  - b) VARIETADES VEGETALES
  - c) SECRETOS EMPRESARIALES
    - SECRETOS INDUSTRIALES
    - SECRETOS COMERCIALES

II. SIGNOS DISTINTIVOS

1. MARCAS
2. NOMBRES COMERCIALES
3. AVISOS COMERCIALES
4. DENOMINACIONES DE ORIGEN/INDICACIONES GEOGRÁFICAS

III. REPRESIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL

IV. TRANSFERENCIA DE TECNOLOGÍA

**2. DERECHOS DE AUTOR Ó PROPIEDAD INTELECTUAL EN SS**

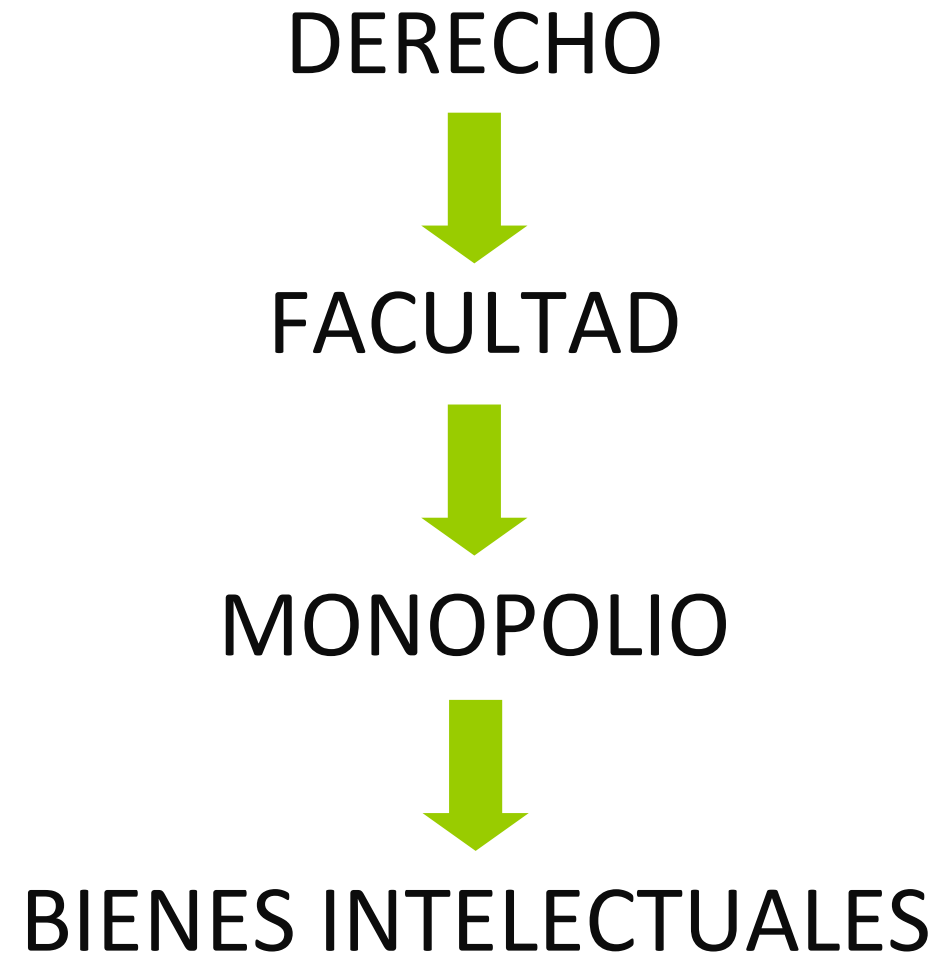
I. DERECHOS MORALES

II. DERECHOS PATRIMONIALES

III. DERECHOS VECINOS

1. DERECHOS CONEXOS
2. RESERVAS DE DERECHOS

# ¿QUÉ ES EL DERECHO DE AUTOR?

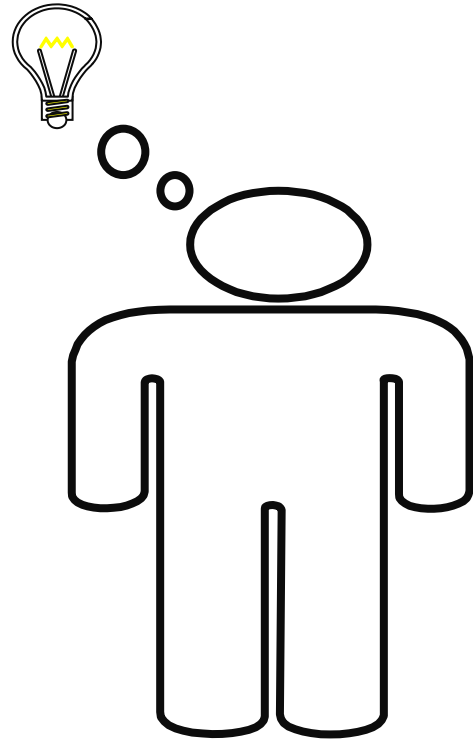




## DEFINICIÓN PROPIA

SISTEMA RACIONAL DE NORMAS JURÍDICAS, NACIONALES E INTERNACIONALES QUE TIENEN POR OBJETO **PROTEGER A LOS AUTORES** Y A LAS **OBRAS INTELECTUALES** PRODUCTO DE SU CREACIÓN ORIGINAL, OTORGÁNDOLES **FACULTADES DE ÍNDOLE PERSONAL** QUE LE PERMITEN EL RECONOCIMIENTO PERPETUO DE SU AUTORÍA Y LA INTEGRIDAD DE SU OBRA, **Y DE CARÁCTER PATRIMONIAL**, QUE LOS FACULTA PARA EJERCITAR UN MONOPOLIO TEMPORAL DE EXPLOTACIÓN COMERCIAL DE SUS CREACIONES

# PROTEGE A:



# MARCO JURÍDICO NACIONAL

- LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR (CON REFORMAS PUBLICADAS EL 24 DE ENERO DE 2020)
- REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR

## RÉGIMEN DE SUPLETORIEDAD:

- LEGISLACIÓN MERCANTIL
- EL CÓDIGO CIVIL FEDERAL
- LEY FEDERAL DEL PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO

## MARCO JURÍDICO INTERNACIONAL

- ADMINISTRADOS POR OMPI:
  - CONVENIO DE BERNA PARA LA PROTECCIÓN DE LAS OBRAS LITERARIAS Y ARTÍSTICAS
  - CONVENIO DE BRUSELAS SOBRE LA DISTRIBUCIÓN DE SEÑALES PORTADORAS DE PROGRAMAS TRANSMITIDAS POR SATÉLITE
  - CONVENIO PARA LA PROTECCIÓN DE LOS PRODUCTORES DE FONOGRAMAS CONTRA LA REPRODUCCIÓN NO AUTORIZADA DE SUS FONOGRAMAS
  - CONVENCION DE ROMA SOBRE LA PROTECCIÓN DE LOS ARTISTAS INTÉRPRETES O EJECUTANTES, LOS PRODUCTORES DE FONOGRAMAS Y LOS ORGANISMOS DE RADIODIFUSIÓN
  - TRATADO DE LA OMPI SOBRE EL DERECHO DE AUTOR (WCT)
  - TRATADO DE LA OMPI SOBRE INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN Y FONOGRAMAS
  - TRATADO DE MARRAKECH PARA LAS PERSONAS CON DISCAPACIDAD VISUAL

- NO ADMINISTRADOS POR OMPI:
  - CONVENCIÓN SOBRE PROPIEDAD LITERARIA Y ARTÍSTICA (DEPOSITARIO: OEA)
  - CONVENCIÓN INTERAMERICANA SOBRE EL DERECHO DE AUTOR EN OBRAS LITERARIAS, CIENTÍFICAS Y ARTÍSTICAS (DEPOSITARIO: OEA)
  - CONVENCIÓN UNIVERSAL SOBRE DERECHO DE AUTOR (DEPOSITARIO: UNESCO)
  - ACUERDO SOBRE LOS ASPECTOS DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO. ANEXO 1C AL ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECE LA ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (DEPOSITARIO: OMC) (DOF30-12-1994)

- TRATADOS BILATERALES

- ESPAÑA
- FRANCIA
- ALEMANIA
- DINAMARCA

- TRATADOS DE LIBRE COMERCIO

- EN FUNCIÓN DE SUS CAPÍTULOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

## CONVENIO DE BERNA

(CONVENIO DE BERNA PARA LA PROTECCIÓN DE LAS OBRAS LITERARIAS Y ARTÍSTICAS)

A INSTANCIAS DE ALEMANIA, ESPAÑA, FRANCIA, ITALIA Y REINO UNIDO EN 1886



INTERÉS DE LOS PAÍSES INVOLUCRADOS PARA CREAR UN MÍNIMO DE PROTECCIÓN EN MATERIA DEL DERECHO DE AUTOR A NIVEL MUNDIAL



TRATADO FUNDAMENTAL, QUE SIENTA LAS BASES DEL DERECHO DE AUTOR COMO LO CONOCEMOS EN LA ACTUALIDAD

REVISADO Y MODIFICADO EN DIVERSAS OCASIONES. SON RELEVANTES:

- ACTA DE BRUSELAS DE 1948
  - PROTECCIÓN AUTOMÁTICA SIN FORMALIDADES
  - PLAZO MÍNIMO DE PROTECCIÓN (50 AÑOS POST MORTEM)
- ACTA DE PARIS DE 1971
  - VERSIÓN QUE FIRMA MÉXICO. PUBLICACIÓN EN DOF EL 24 DE ENERO DE 1975
  - ANEXO CON DISPOSICIONES ESPECIALES PARA PAÍSES EN DESARROLLO QUE DECIDAN ADOPTARLAS, CONSISTENTES EN UN RÉGIMEN DE EXPEDICIÓN DE LICENCIAS OBLIGATORIAS PARA LA TRADUCCIÓN O REPRODUCCIÓN DE OBRAS PROTEGIDAS, CON LA FINALIDAD DE CONTRIBUIR AL DESARROLLO DEL PAÍS DE QUE SE TRATE EN EL CONTEXTO DE ACTIVIDADES DE EDUCACIÓN



## PRINCIPIOS BÁSICOS QUE DERIVAN DEL CONVENIO DE BERNA:

- TRATO NACIONAL = OBRAS SE PROTEGEN CON LA MISMA PROTECCIÓN QUE SE CONCEDEN A LOS NACIONALES DE CADA ESTADO CONTRATANTE
- PROTECCIÓN AUTOMÁTICA = PROTECCIÓN DEL DERECHO DE AUTOR NO SUBORDINADA A REQUISITO O FORMALIDAD ALGUNA
- INDEPENDENCIA DE LA PROTECCIÓN = PROTECCIÓN INDEPENDIENTE DE LA EXISTENCIA DE PROTECCIÓN EN EL PAÍS DE ORIGEN DE LA OBRA. REGLA = NO OBSTANTE QUE UN ESTADO CONTRATANTE PREVEA UN PLAZO DE PROTECCIÓN MAYOR, SI ÉSTA HA CESADO EN EL PAÍS DE ORIGEN, ESTA PODRÁ NEGARSE POR HABER CONCLUIDO EN EL PAÍS DE ORIGEN.
- PRUEBA TRI-PARTITA = LEGISLACIONES DE LOS PAÍSES MIEMBROS DEBERÁN PREVER LA POSIBILIDAD DEL USO DE OBRAS, SIN AUTORIZACIÓN DE LOS TITULARES DEL DERECHO DE AUTOR, BAJO LAS SIGUIENTES CONDICIONANTES:
  - EN CASOS ESPECIALES (NO COMO REGLA GENERAL)
  - SIEMPRE QUE NO SE AFECTE LA EXPLOTACIÓN NORMAL DE LA OBRA
  - NO SE CAUSE PERJUICIO A LOS INTERESES LEGÍTIMOS DEL AUTOR

# TITULARIDAD DEL DERECHO DE AUTOR

TITULAR ORIGINARIO



INVARIABLEMENTE EL AUTOR = PERSONA **FÍSICA** QUE CREA UNA OBRA  
ARTÍSTICA O LITERARIA



DE FORMA AUTOMÁTICA POR MEDIO DE LA **FIJACIÓN** DE LA OBRA

# FIJACIÓN

OBRA QUE SE ENCONTRABA ÚNICAMENTE EN EL INTELLECTO DEL AUTOR



SE INCORPORA EN UN SOPORTE MATERIAL APRECIABLE POR LOS SENTIDOS HUMANOS



PRINCIPIO DE PROTECCIÓN AUTOMÁTICA (CONVENIO DE BERNA) QUE ADOPTA LA LFDA

## DERECHOS VECINOS A LOS DA

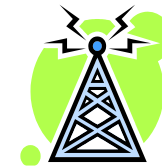
→ DERECHOS CONEXOS

→ RESERVAS DE DERECHOS

→ DERECHO DE USO DE IMAGEN

# DERECHOS CONEXOS

- ARTISTAS, INTÉRPRETES Y EJECUTANTES
- EDITORES DE LIBROS
- PRODUCTORES DE FONOGRAMAS
- PRODUCTORES DE VIDEOGRAMAS
- ORGANISMOS DE RADIODIFUSIÓN



FACULTAD DE AUTORIZAR O PROHIBIR EL USO DE SUS INTERPRETACIONES,  
EJECUCIONES O PRODUCCIONES

# VIGENCIA DE LOS DERECHOS CONEXOS

ARTISTAS, INTÉRPRETES Y EJECUTANTES.

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **SETENTA Y CINCO AÑOS** A PARTIR DE:
  - PRIMERA FIJACIÓN DE LA INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN EN UN FONOGRAMA
  - PRIMERA INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN DE OBRAS NO GRABADAS EN FONOGRAMAS
  - TRANSMISIÓN DE SU INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN POR PRIMERA VEZ A TRAVÉS E LA RADIO, TV O CUALQUIER MEDIO

EDITORES DE LIBROS

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **CINCUENTA AÑOS** CONTADOS A PARTIR DE LA PRIMERA EDICIÓN DE LIBRO QUE SE TRATE

# VIGENCIA DE LOS DERECHOS CONEXOS

## PRODUCTORES DE FONOGRAMAS

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **SETENTA Y CINCO AÑOS** CONTADOS A PARTIR DE LA PRIMERA FIJACIÓN DE LOS SONIDOS EN EL FONOGRAMA

## PRODUCTORES DE VIDEOGRAMAS

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **CINCUENTA AÑOS** A PARTIR DE LA PRIMERA FIJACIÓN DE LAS IMÁGENES EN EL VIDEOGRAMA

## ORGANISMOS DE RADIODIFUSIÓN

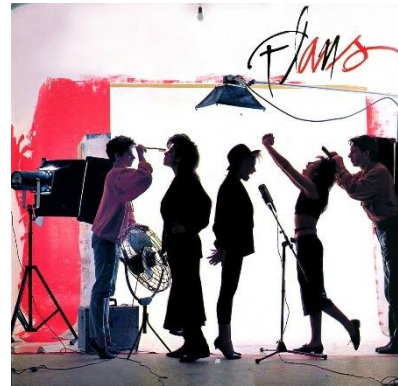
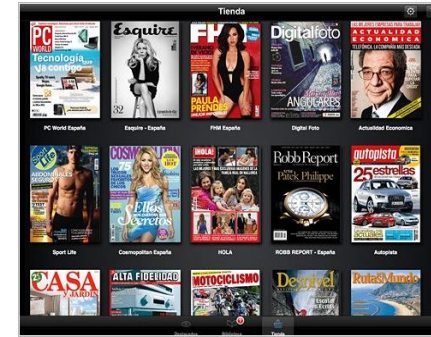
- DERECHOS VIGENTES DURANTE **CINCUENTA AÑOS** A PARTIR DE LA PRIMERA EMISIÓN O TRANSMISIÓN ORIGINAL DEL PROGRAMA

## RESERVAS DE DERECHOS

- FACULTAD DE UTILIZAR Y EXPLOTAR EN EXCLUSIVA CIERTOS ELEMENTOS DISTINTIVOS Y OPERATIVOS EN LOS RUBROS SIGUIENTES:
  - NOMBRES DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS.
  - NOMBRES DE DIFUSIONES PERIÓDICAS: PROGRAMAS DE TELEVISIÓN, PROGRAMAS DE RADIO, DIFUSIONES TRANSMITIDAS VÍA RED DE CÓMPUTO.
  - NOMBRES ARTÍSTICOS
  - PERSONAJES FICTICIOS O HUMANOS DE CARACTERIZACIÓN.
  - PROMOCIONES PUBLICITARIAS CON MECANISMOS ORIGINALES
- PROTECCIÓN SE OBTIENE MEDIANTE LA OBTENCIÓN DE UN CERTIFICADO DE RESERVA DE DERECHOS OTORGADO POR EL INDAUTOR



# EJEMPLOS DE RESERVAS DE DERECHOS



# VIGENCIA DE LAS RESERVAS DE DERECHOS

NOMBRES DE PUBLICACIONES PERIÓDICAS Y NOMBRES DE DIFUSIONES PERIÓDICAS (NOMBRE DE PROGRAMAS DE RADIO, T.V. O DE PUBLICACIONES VÍA INTERNET)

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **UN AÑO** CONTADO A PARTIR DE LA EXPEDICIÓN DEL CERTIFICADO DE RESERVA, RENOVABLES ANUALMENTE, SIEMPRE QUE SE ACREDITE EL USO EFECTIVO DEL NOMBRE

PERSONAJES FICTICIOS

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **CINCO AÑOS**, RENOVABLES POR PERIÓDOS IGUALES, SUJETO A QUE SE ACREDITE EL USO EFECTIVO DEL PERSONAJE

## NOMBRES ARTÍSTICOS

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **CINCO AÑOS**, RENOVABLES POR PERÍODOS IGUALES, SUJETO A QUE SE ACREDITE EL USO EFECTIVO DEL NOMBRE

## PROMOCIONES PUBLICITARIAS CON MECANISMOS ORIGINALES

- DERECHOS VIGENTES DURANTE **CINCO AÑOS** IMPROPRORROGABLES

## DERECHO DE USO DE IMAGEN

RETRATO



REPRESENTACIÓN FIJA

IMAGEN



REPRESENTACIÓN EN MOVIMIENTO

- EN LA CONSTITUCIÓN POLÍTICA FEDERAL ESTE DERECHO SE BASA EN EL ARTÍCULO 16 QUE PROHÍBE ACTOS DE MOLESTIA EN CONTRA DE UNA PERSONA Y, COMO UNA LIMITANTE AL DERECHO DE LA LIBRE MANIFESTACIÓN DE IDEAS Y DIFUSIÓN DE OPINIONES PREVISTA EN LOS ARTÍCULOS 6° Y 7° SI, EN EJERCICIO DE DICHA LIBERTAD, SE ATACA LA VIDA PRIVADA DE LAS PERSONAS
- A NIVEL FEDERAL → DERECHO PREVISTO EN LA LFDA → DENTRO DEL CAPÍTULO II DEL TÍTULO IV “DE LAS OBRAS FOTOGRAFICAS, PLÁSTICAS Y GRÁFICAS”
- PARA EL USO DE LA **IMAGEN** O **RETRATO** DE UNA PERSONA, SE REQUIERE INVARIABLEMENTE DE SU AUTORIZACIÓN POR ESCRITO

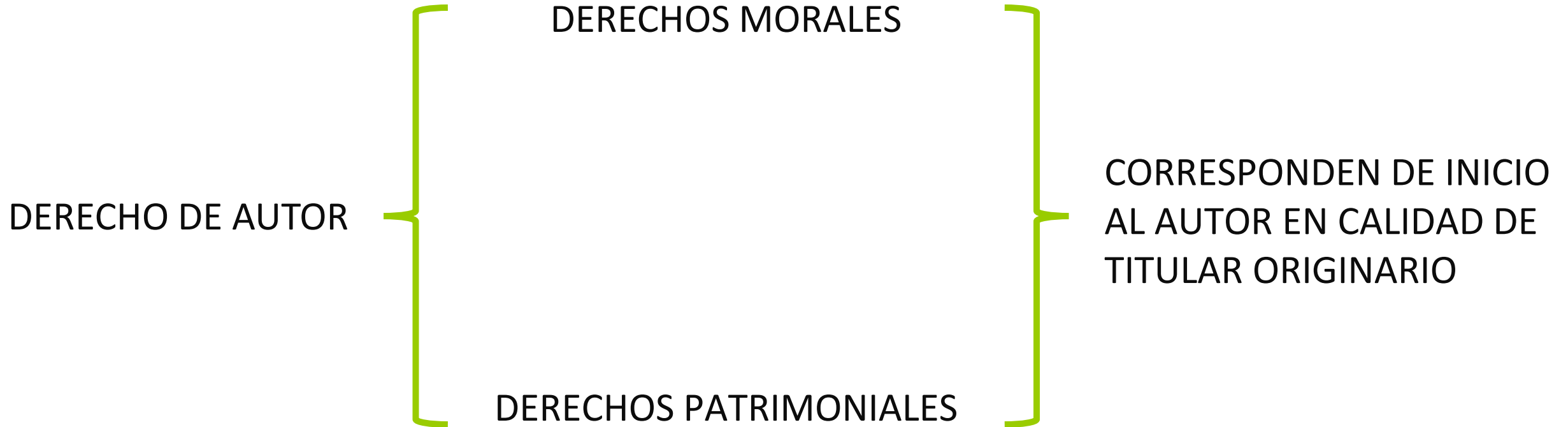
# VIGENCIA DE DERECHO DE USO DE IMAGEN

EL RETRATO O IMAGEN DE UNA PERSONA ESTÁ PROTEGIDO

- DE POR **VIDA Y CINCUENTA AÑOS** POSTERIORES A SU FALLECIMIENTO

# LOS DERECHOS MORALES Y PATRIMONIALES DE AUTOR

# DERECHOS MORALES Y DERECHOS PATRIMONIALES





AUTOR ES SU ÚNICO Y EXCLUSIVO TITULAR



- PERPETUOS
- NO SON MATERIA DE CONTRATO
- NO SE HEREDA SU TITULARIDAD PERO SÍ CIERTAS FACULTADES PARA SU EJERCICIO

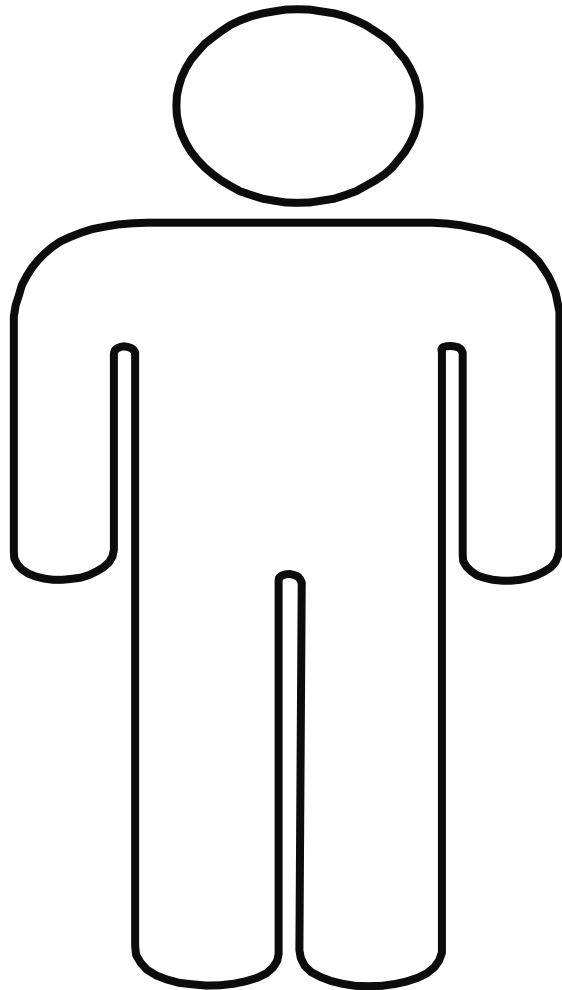


# FACULTADES QUE OTORGAN LOS DERECHOS MORALES

- DIVULGAR LA OBRA
- EXIGIR SU RECONOCIMIENTO COMO AUTOR DE SU OBRA (**PATERNIDAD DE LA OBRA**) Y DETERMINAR SI SU DIVULGACIÓN SE HARÁ DE FORMA ANÓNIMA O BAJO SEUDÓNIMO
- EXIGIR RESPETO A LA **INTEGRIDAD DE LA OBRA** PROHIBIENDO CUALQUIER DEFORMACIÓN MUTILACIÓN O MODIFICACIÓN, ASÍ COMO CUALQUIER ACCIÓN O ATENTADO QUE CAUSE DEMÉRITO DE ELLA O PERJUICIO A SU REPUTACIÓN DE AUTOR
- MODIFICAR LA OBRA
- RETIRAR LA OBRA DEL COMERCIO
- DESCONOCER LA PATERNIDAD DE OBRAS QUE NO SON DE SU CREACIÓN



- HEREDEROS PODRÁN EJERCITAR TODAS LAS FACULTADES MENCIONADAS, SALVO LA DE MODIFICAR LA OBRA
- ESTADO CUANDO HEREDA, SÓLO PODRÁ EJERCITAR LAS FACULTADES DE RESPETO A LA INTEGRIDAD DE LA OBRA Y EL DESCONOCIMIENTO DE PATERNIDAD



USAR O HACER DEL CONOCIMIENTO  
PÚBLICO UNA OBRA



DERECHOS  
PATRIMONIALES



CON FINES DE LUCRO

# DERECHOS PATRIMONIALES

TITULARIDAD PERTENECE ORIGINARIAMENTE AL AUTOR



PUEDE EXISTIR UN TITULAR DERIVADO



- VIGENTES DURANTE LA VIDA DEL AUTOR Y 100 AÑOS POST MORTEM
- SI SON VARIOS AUTORES DE LA MISMA OBRA, LOS 100 AÑOS POST MORTEN SE CUENTAN A PARTIR DEL FALLECIMIENTO DEL ÚLTIMO DE ELLOS

## DERECHOS PATRIMONIALES



OBTENER UN LUCRO CON EL USO DE UNA OBRA

→ LUCRO DIRECTO



BENEFICIO ECONÓMICO CONSECUENCIA INMEDIATA DEL USO DE UNA OBRA

→ LUCRO INDIRECTO



VENTAJA O ATRACTIVO ADICIONAL A LA ACTIVIDAD PREPONDERANTE

## DERECHOS PATRIMONIALES → TITULAR DERIVADO

- TRANSMISIÓN DE DERECHOS (MAL LLAMADA “CESIÓN DE DERECHOS”)
  - CONTRACTUAL → INVARIABLEMENTE BAJO LA NATURALEZA DE UN CONTRATO DE COMPRAVENTA
  - SUCESIÓN → TESTAMENTARIA Ó LEGÍTIMA
- LICENCIA DE USO
  - TRANSMISIÓN DEL DERECHO DE USO MEDIANTE CONTRATO
- RECONOCIMIENTO DE CAUSAHABIENCIA
  - OBRA POR ENCARGO
  - OBRA CREADA BAJO RELACIÓN LABORAL

## FACULTADES QUE OTORGAN LOS DERECHOS PATRIMONIALES

EL TITULAR DEL DERECHO PATRIMONIAL DE AUTOR TENDRÁ LA FACULTAD DE AUTORIZAR O PROHIBIR:

- REPRODUCCIÓN DE LA OBRA
- COMUNICACIÓN PÚBLICA DE LA OBRA
- RADIODIFUNDIR LA OBRA
- DISTRIBUCIÓN DE LA OBRA
- IMPORTACIÓN A TERRITORIO NACIONAL DE COPIAS DE LA OBRA
- DIVULGACIÓN DE OBRAS DERIVADAS
- CUALQUIER OTRO TIPO DE UTILIZACIÓN PÚBLICA

# OBRAS QUE SON MATERIA DE PROTECCIÓN POR EL DERECHO DE AUTOR

## TIPOS DE OBRAS SEGÚN SU RAMA

- LITERARIA
- MUSICAL, CON O SIN LETRA
- DRAMÁTICA
- DANZA
- PICTÓRICA O DE DIBUJO
- ESCULTÓRICA Y DE CARÁCTER PLÁSTICO
- CARICATURA E HISTORIETA
- ARQUITECTÓNICA
- CINEMATOGRAFÍA Y DEMÁS OBRAS AUDIOVISUALES
- PROGRAMAS DE RADIO Y TELEVISIÓN
- PROGRAMAS DE CÓMPUTO



- FOTOGRAFÍA
- OBRAS DE ARTE APLICADO QUE INCLUYEN EL DISEÑO GRÁFICO O TEXTIL
- DE COMPILACIÓN, INTEGRADA POR LAS COLECCIONES DE OBRAS, TALES COMO LAS ENCICLOPEDIAS, LAS ANTOLOGÍAS, Y DE OBRAS U OTROS ELEMENTOS COMO LAS BASES DE DATOS, SIEMPRE QUE DICHAS COLECCIONES, POR SU SELECCIÓN O LA DISPOSICIÓN DE SU CONTENIDO O MATERIAS, CONSTITUYAN UNA CREACIÓN INTELECTUAL
- LAS DEMÁS OBRAS QUE POR ANALOGÍA PUEDAN CONSIDERARSE OBRAS LITERARIAS O ARTÍSTICAS SE INCLUIRÁN EN LA RAMA QUE LES SEA MÁS AFÍN A SU NATURALEZA

## TIPOS DE OBRA SEGÚN SU AUTOR

- CONOCIDO = DIVULGADAS CON IDENTIFICACIÓN PLENA DEL AUTOR
- ANÓNIMAS = DIVULGADAS SIN MENCIÓN DEL AUTOR, POR SU VOLUNTAD O POR NO SER POSIBLE SU IDENTIFICACIÓN
- SEUDÓNIMAS = DIVULGADAS CON UN NOMBRE QUE NO REVELA LA IDENTIDAD DEL AUTOR

# TIPOS DE OBRA SEGÚN SU COMUNICACIÓN

- DIVULGADAS = HECHAS DEL CONOCIMIENTO PÚBLICO
- INÉDITAS = NO DIVULGADAS
- PUBLICADAS = EDITADAS EN CUALQUIER FORMA DE REPRODUCCIÓN, SIEMPRE QUE EL NÚMERO DE EJEMPLARES SATISFAGA LAS NECESIDADES DE SU EXPLOTACIÓN, DE ACUERDO A LA NATURALEZA DE LA OBRA

## TIPOS DE OBRA SEGÚN SU ORIGEN

- PRIMIGENIAS = OBRAS ORIGINALES NO BASADAS EN PRE-EXISTENTES
- DERIVADAS = LAS QUE RESULTEN DE LA ADAPTACIÓN, TRADUCCIÓN O TRANSFORMACIÓN DE UNA OBRA PRIMIGENIA

# TIPOS DE OBRA EN FUNCIÓN DE LOS AUTORES QUE INTERVIENEN

- INDIVIDUALES = CREADAS POR UN SOLO AUTOR
- DE COLABORACIÓN = CREADAS POR VARIOS AUTORES
- COLECTIVAS = CREADAS A INICIATIVA DE UNA PERSONA CON LA PARTICIPACIÓN DE VARIAS PERSONAS PERO DE FORMA TAL QUE NO SEA POSIBLE ATRIBUIRLES A CADA UNA DE ELLAS LA AUTORÍA EN ESPECÍFICO SOBRE EL CONJUNTO REALIZADO

## CONOCIMIENTO PÚBLICO DE UNA OBRA

- **DIVULGACIÓN = HACER ACCESIBLE UNA OBRA POR PRIMERA VEZ, HACIENDO QUE ÉSTA DEJE DE SER INÉDITA**
- **PUBLICACIÓN = REPRODUCCIÓN DE UNA OBRA DE FORMA TANGIBLE Y SU PUESTA DE DISPOSICIÓN AL PÚBLICO MEDIANTE EJEMPLARES O SU ALMACENAMIENTO PERMANENTE O PROVISIONAL POR MEDIOS ELECTRÓNICOS QUE PERMITAN AL PÚBLICO CONOCERLA VISUAL, TÁCTIL O AUDITIVAMENTE**
- **COMUNICACIÓN PÚBLICA = ACTO CON EL QUE LA OBRA PONE AL ALCANCE GENERAL, POR CUALQUIER MEDIO O PROCEDIMIENTO QUE LA DIFUNDA Y QUE NO CONSISTA EN LA DISTRIBUCIÓN DE EJEMPLARES**
- **EJECUCIÓN O REPRESENTACIÓN PÚBLICA = PRESENTACIÓN DE UNA OBRA POR CUALQUIER MEDIO A OYENTES O ESPECTADORES, SIN RESTRINGIRLA A UN GRUPO PRIVADO O FAMILIAR. NO APLICA PARA PRESENTACIONES EN ESCUELAS O INSTITUCIONES DE ASISTENCIA PÚBLICA O PRIVADA, SIEMPRE QUE NO SE REALICEN CON FINES DE LUCRO**

- **DISTRIBUCIÓN AL PÚBLICO =** PUESTA A DISPOSICIÓN DEL PÚBLICO DE ORIGINALES O COPIAS MEDIANTE VENTA, ARRENDAMIENTO O CUALQUIER OTRA FORMA.
- **REPRODUCCIÓN =** REALIZACIÓN DE UNO O VARIOS EJEMPLARES, INCLUYENDO ALMACENAMIENTO PERMANENTE O TEMPORAL YA SEA QUE SE TRATE DE, LA REALIZACIÓN BIDIMENSIONAL DE UNA OBRA TRIDIMENSIONAL O VICEVERSA
- **PUESTA A DISPOSICIÓN =** DERECHO DE PODER ACCEDER AL CONTENIDO DE UNA OBRA, DE MANERA TEMPORAL O PERMANENTE, DESDE CUALQUIER LUGAR O CON CIERTAS RESTRICCIONES, POR MEDIOS ALÁMBRICOS O INALÁMBRICOS

# ALCANCE DE LA PROTECCIÓN





POR LO TANTO:

COMO REGLA GENERAL



USO DE UNA OBRA CON FINES DE LUCRO



DIRECTO



INDIRECTO



REQUIERE DE UNA AUTORIZACIÓN POR ESCRITO

# MATERIAS **NO** PROTEGIDAS POR EL DERECHO DE AUTOR

- IDEAS Y SUS VARIANTES, AÚN Y CUANDO ESTOS SE EXTERIORICEN. INCLUYEN:
  - IDEAS EN SÍ MISMAS
  - FÓRMULAS
  - SOLUCIONES
  - CONCEPTOS
  - MÉTODOS
  - SISTEMAS
  - PRINCIPIOS
  - DESCUBRIMIENTOS
  - PROCESOS EN GENERAL
  - INVENCIONES

OJO → ANALIZAR SI SU FORMA DE EXPRESIÓN PUEDE SER OBJETO DE PROTECCIÓN, EN CUYO CASO SE PROTEGE LA OBRA RESULTANTE **PERO** DE FORMA ALGUNA LA IDEA O LA PARTE CONCEPTUAL QUE SE REFLEJA EN ELLA

- APROVECHAMIENTO **INDUSTRIAL** O **COMERCIAL** DE LAS IDEAS CONTENIDAS EN LAS OBRAS  
OJO → REVISAR QUE NO EXISTA ALGÚN OTRO MECANISMO DE PROPIEDAD INTELECTUAL QUE PROTEJA A DICHAS IDEAS, COMO ES EL CASO DE **PATENTES**
- ESQUEMAS, PLANES O REGLAS PARA REALIZAR:
  - ACTOS MENTALES
  - JUEGOS
  - NEGOCIOS
- LETRAS, DÍGITOS O COLORES AISLADOS  
OJO → A MENOS QUE ESTÉN ESTILIZADOS DE FORMA TAL QUE CONFIGUREN UNA OBRA DE DIBUJO ORIGINAL

- NOMBRES Y TÍTULOS

OJO → PUEDEN TENER PROTECCIÓN CON RESERVAS DE DERECHOS O MARCAS. EN EL CASO DE TÍTULOS, SU USO PARA CAUSAR CONFUSIÓN CON UNA OBRA PUBLICADA, CONFIGURA INFRACCIÓN EN MATERIA DEL DERECHO DE AUTOR (F. XII, ART. 229 LFDA)

- FRASES AISLADAS

- ESCUDOS, BANDERAS O EMBLEMAS DE PAÍSES, ESTADOS, MUNICIPIOS O DIVISIÓN POLÍTICA EQUIVALENTE

- DENOMINACIONES, SIGLAS, SÍMBOLOS O EMBLEMAS DE ORGANIZACIONES PÚBLICAS Y PRIVADAS, INCLUYENDO LA DESIGNACIÓN VERBAL DE ESTOS

- TEXTOS LEGISLATIVOS, REGLAMENTARIOS, ADMINISTRATIVOS O JUDICIALES
  - OJO → DEBEN SER USADOS TAL Y COMO SON PUBLICADOS OFICIALMENTE
  - SU PUBLICACIÓN NO CONFIERE DERECHO DE EXCLUSIVIDAD PARA SU EDICIÓN
  - SE PROTEGEN LAS CONCORDANCIAS, INTERPRETACIONES, ESTUDIOS COMPARATIVOS, ANOTACIONES, COMENTARIOS Y TRABAJOS SIMILARES QUE CONFIGUREN LA CREACIÓN DE UNA OBRA ORIGINAL
  
- EL CONTENIDO INFORMATIVO DE LAS NOTICIAS
  - OJO → SÍ SE PROTEGE SU FORMA DE EXPRESIÓN

- INFORMACIÓN DE USO COMÚN, INCLUYENDO:
  - REFRANES
  - DICHOS
  - LEYENDAS
  - HECHOS
  - CALENDARIOS
  - ESCALAS MÉTRICAS

# LIMITANTES A LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR

SIGUIENDO LAS REGLAS GENERALES DEL CONVENIO DE BERNA, EL TITULAR DE UN DERECHO PATRIMONIAL DE AUTOR **NO** PUEDE IMPEDIR SU USO, SIEMPRE QUE:

- NO SE AFECTE SU EXPLOTACIÓN NORMAL
- SIN REMUNERACIÓN
- CITANDO INVARIABLEMENTE LA FUENTE

EN LOS CASOS SIGUIENTES:

- CITA DE TEXTOS → NO REPRODUCCIÓN SIMULADA O SUSTANCIAL
- REPRODUCCIÓN DE MATERIALES DE ACONTECIMIENTOS DE ACTUALIDAD → SALVO QUE EXPRESAMENTE SE PROHÍBA SU REPRODUCCIÓN
- CRITICA O INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA, LITERARIA O ARTÍSTICA



- USO PERSONAL Y PRIVADO → SÓLO PERSONAS FÍSICAS, INSTITUCIONES EDUCATIVAS, DE INVESTIGACIÓN O PERSONAS MORALES NO DEDICADAS A ACTIVIDADES MERCANTILES
- REPRODUCCIÓN DE RESPALDO DE OBRAS EN PELIGRO DE DESAPARECER
- REPRODUCCIÓN PARA CONSTANCIA DE PROCEDIMIENTOS JUDICIALES O ADMINISTRATIVOS
- OBRAS VISIBLES DESDE LUGARES PÚBLICOS
- USO DE OBRAS EN TIENDAS QUE COMERCIE EJEMPLARES DE DICHAS OBRAS
- PUBLICACIÓN DE OBRAS, SIN FINES DE LUCRO PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD

FIJACIÓN



ORIGINA LA PROTECCIÓN DEL DERECHO DE AUTOR



EL DERECHO DE AUTOR **NO** VINCULADO A LA PROPIEDAD DEL OBJETO MATERIAL EN  
EL QUE LA OBRA HAYA SIDO INCORPORADA

## DEBEMOS DISTINGUIR:

TRANSMISIÓN DE LA OBRA (SIMPLE Y LLANA)



TRANSMISIÓN DE LA OBRA APAREJADA DE LA TRANSMISIÓN DE  
TODOS O ALGUNOS DE LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR



+

DERECHOS PATRIMONIALES



FACULTADES DE EXPLOTACIÓN

# REGLAS GENERALES DE TRANSMISIONES

- DEBEN REVESTIR LA FORMA ESCRITA
- SALVO EN EL CASO DE **OBRAS LITERARIAS** Y **PROGRAMAS DE COMPUTO**, TODA TRANSMISIÓN DE DERECHOS DE AUTOR ES TEMPORAL. VIGENCIA MÁXIMA = 15 AÑOS
- SI EL CONTRATO ES OMISO EN CUANTO A LA VIGENCIA → LA TRANSMISIÓN SE TIENE HECHA POR UNA VIGENCIA DE CINCO AÑOS
- VIGENCIA PODRÁ PRORROGARSE SI SE JUSTIFICA POR → NATURALEZA DE LA OBRA O MAGNITUD DE LA INVERSIÓN PARA SU REALIZACIÓN
- DEBE INVARIABLEMENTE MEDIAR UNA CONTRAPRESTACIÓN AL AUTOR YA SEA: UNA PARTICIPACIÓN PROPORCIONAL EN LOS INGRESOS QUE DERIVEN DE LA EXPLOTACIÓN DE LA OBRA O UNA REMUNERACIÓN FIJA Y DETERMINADA
- LOS CONTRATOS DE TRANSMISIÓN DEBERÁN INSCRIBIRSE EN EL REGISTRO PÚBLICO DEL DERECHO DE AUTOR PARA QUE SURTAN EFECTOS CONTRA TERCEROS
- SI LOS CONTRATOS SE FORMALIZAN ANTE FEDATARIO PÚBLICO Y SE INSCRIBEN EN EL RPDA, TRAERÁN APAREJADA EJECUCIÓN

# DOMINIO PÚBLICO EN EL CASO DE MÉXICO

CON BASE EN LOS ARTÍCULOS 152 Y 153 DE LA LFDA, EL DOMINIO PÚBLICO CONSISTE EN UN RÉGIMEN JURÍDICO DE LIBRE USO, QUE COMPRENDE A LAS OBRAS:

- QUE POR EL TRANSCURSO DEL TIEMPO SE HA AGOTADO LA PROTECCIÓN OTORGADA POR LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR
- AQUELLAS OBRAS PROVENIENTES DE AUTOR ANÓNIMO O NO IDENTIFICADO

IMPORTANTE TENER EN CUENTA

- DERECHOS MORALES SON PERPETUOS Y POR LO TANTO:
  - NO PASAN A FORMAR PARTE DEL DOMINIO PÚBLICO
  - DEBEN SIEMPRE SER OBSERVADOS

# TRANSMISIÓN DE OBRA FUTURA

- ES **NULA** LA TRANSMISIÓN DE DERECHOS DE OBRA FUTURA INDETERMINADA.
- PODRÁ SER OBJETO DE CONTRATO CUANDO:
  - SE TRATE DE OBRA DETERMINADA
  - CARACTERÍSTICAS DE LA OBRA ESPECIFICADAS EN EL CONTRATO
- ES **NULA** LA ESTIPULACIÓN OBLIGANDO LA AUTOR A NO CREAR OBRA ALGUNA

## OBRA POR ENCARGO

- ENCOMIENDA DE LA REALIZACIÓN DE UNA OBRA
  - DE FORMA REMUNERADA
  - SIGUIENDO LOS LINEAMIENTOS QUE ESTABLECE EL PRODUCTOR DE LA OBRA
- AL PRODUCTOR LE CORRESPONDERÁN LA TITULARIDAD DE LOS DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR SOBRE LA OBRA CREADA Y ADEMÁS TENDRÁ LAS FACULTADES DE:
  - DIVULGACIÓN DE LA OBRA
  - INTEGRIDAD DE LA OBRA
  - COLECCIÓN
- TÉRMINOS DEL CONTRATO DEBERÁN SER CLAROS → EN CASO DE DUDA SE INTERPRETARÁN EN AQUELLO QUE MAYORMENTE FAVOREZCA LOS INTERESES DEL AUTOR

## OBRA CREADA BAJO RELACIÓN LABORAL

- SI EXISTE CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO → DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR SE DIVIDEN EN PARTES IGUALES ENTRE PATRÓN Y TRABAJADOR, SALVO PACTO **EN CONTRARIO**
- PATRÓN PODRÁ DIVULGAR LA OBRA SIN AUTORIZACIÓN. TRABAJADOR SÓLO LO PODRÁ HACER CON AUTORIZACIÓN DEL PATRÓN
- ANTE LA AUSENCIA DE CONTRATO INDIVIDUAL DE TRABAJO → DERECHOS PATRIMONIALES DE AUTOR CORRESPONDERÁN AL TRABAJADOR



# LEYENDA DE PROTECCIÓN DERECHOS RESERVADOS Ó D.R.

+

©

+

NOMBRE Y DOMICILIO DEL TITULAR

+

AÑO DE PRIMERA PUBLICACIÓN

## EJEMPLO:

DERECHOS RESERVADOS © EDITORIAL LIBROS DE RENOMBRE, S.A. DE C.V. 2020

- OMISIÓN NO IMPLICA PÉRDIDA DE DERECHOS
- PERO SUJETA A SANCIONES ESTABLECIDAS EN EL CAPÍTULO DE INFRACCIONES EN MATERIA DEL DERECHO DE AUTOR

COMUNICACIÓN PÚBLICA

COMUNICACIÓN PÚBLICA



USO DE OBRA, INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN



LUCRO DIRECTO O INDIRECTO



OBLIGACIÓN DE PAGAR REGALÍAS

## OBLIGACIÓN DE PAGAR REGALÍAS



AUTORES O TITULARES DE  
DERECHOS PATRIMONIALES



TITULARES DE DERECHOS  
CONEXOS



SOCIEDADES DE GESTIÓN COLECTIVA



**REGISTRO DE OBRAS. NO NECESARIO, PERO  
ALTAMENTE RECOMENDABLE**

# REGISTRO DE OBRA

- NO OBLIGATORIO (RECORDEMOS EL PRINCIPIO DE PROTECCIÓN AUTOMÁTICA)
- ALTAMENTE RECOMENDABLE



→ REGISTRO DE BUENA FE

→ NO ANALIZA A FONDO ASPECTOS DE ORIGINALIDAD

→ DEJA A SALVO DERECHOS DE TERCEROS

→ PRE-CONSTITUYE PRUEBA SOBRE:

→ EXISTENCIA DE LA OBRA

→ TITULARIDAD DE DERECHOS MORALES Y PATRIMONIALES

## EN EL CASO DE MEXICO

AUTORIDAD COMPETENTE PARA LLEVAR A CABO EL REGISTRO DE OBRAS:



SISTEMA ALTAMENTE EFICIENTE Y PUEDE REALIZARSE EL REGISTRO EN LÍNEA





# REGISTRO DE OBRAS EN LÍNEA

## REQUISITOS EN LO GENERAL:

- EJEMPLAR DIGITALIZADO DE LA OBRA
- DATOS GENERALES DE LA OBRA
- DATOS GENERALES DEL AUTOR O AUTORES DE LA OBRA
- FECHA DE PUBLICACIÓN DE LA OBRA O LA MANIFESTACIÓN DE QUE ESTA ES INÉDITA
- PAGO DE DERECHOS DIGITALIZADO

# 8. CONTRATOS PARA EXTRAER VALOR A LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL

# ¿CÓMO SE ADQUIERE LA FACULTAD DE USAR UN DERECHO DE PROPIEDAD INTELECTUAL?

EL TITULAR ORIGINARIO



ACTO CONSTITUTIVO DE LA PROTECCIÓN

# EL TITULAR DERIVADO



TRANSMISIÓN DE PROPIEDAD



AUTORIZACIÓN DE USO

# AUTORIZACIÓN DE USO

## CONTRATO

BIENES TANGIBLES



- ARRENDAMIENTO
- COMODATO

BIENES INTANGIBLES



LICENCIA DE USO



PROPIEDAD INTELECTUAL

# CONTRATO DE LICENCIA

## CONCEPTO

ACUERDO DE VOLUNTADES CON EL QUE UNA PERSONA DENOMINADA **LICENCIANTE** AUTORIZA A OTRA DENOMINADA **LICENCIATARIO**, EL USO DE **BIENES INTANGIBLES**, PROTEGIDOS POR **DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL**, GENERALMENTE A CAMBIO DEL **PAGO DE UNA CONTRAPRESTACIÓN** Y BAJO DETERMINADOS **TÉRMINOS Y CONDICIONES DE USO**

**CONTRATO**



**CERTEZA JURÍDICA**

**DEBE CONSTAR POR ESCRITO**

## LIBERTAD CONTRACTUAL

### → CÓDIGO DE COMERCIO (ARTÍCULO 78):

EN LAS CONVENCIONES MERCANTILES CADA UNO SE OBLIGA EN LA MANERA Y TÉRMINOS QUE APAREZCA QUE QUISO OBLIGARSE, SIN QUE LA VALIDEZ DEL ACTO COMERCIAL DEPENDA DE LA OBSERVANCIA DE FORMALIDADES O REQUISITOS DETERMINADOS.

### → CÓDIGO CIVIL FEDERAL (ARTÍCULO 1832):

En los contratos civiles cada uno se obliga en la manera y términos que aparezca que quiso obligarse, sin que para la validez del contrato se requieran formalidades determinadas, fuera de los casos expresamente designados por la ley.



# EXCEPCIÓN IMPORTANTE A CONSIDERAR

## CONTRATO DE FRANQUICIA



- ACTOS PREPARATORIOS
- FORMA ESCRITA
- CONTENIDO MÍNIMO DEL CONTRATO

## ELEMENTOS ESENCIALES EN EL CONTRATO DE LICENCIA

- LAS PARTES INVOLUCRADAS: LICENCIANTE Y LICENCIATARIO
- LOS DERECHOS QUE SON MATERIA DE LICENCIAMIENTO
- LOS ALCANCES DE LA LICENCIA
- EXCLUSIVIDAD
- TERRITORIO
- VIGENCIA
- TÉRMINOS Y CONDICIONES DE USO
- DISPOSICIONES ECONÓMICAS – REGALÍAS Y PAGOS
- MEDIDAS DE CONTROL DE CALIDAD Y AUDITORIA
- DEFENSA DE LOS DERECHOS INVOLUCRADOS
- ASISTENCIA TÉCNICA

## ELEMENTOS PERSONALES

→ LICENCIANTE – PROPIETARIO DEL DERECHO

→ LICENCIATARIO – ADQUIRENTE DE LA LICENCIA

# DPI QUE USUALMENTE ENCONTRAMOS EN CONTRATOS DE LICENCIA

DERECHOS DE AUTOR



- OBRAS LITERARIAS O ARTÍSTICAS
- PERSONAJES
- ARTE APLICADO
- RESERVAS DE DERECHOS



CREACIONES NUEVAS



- PATENTES
- DISEÑOS INDUSTRIALES
- VARIEDADES VEGETALES

SIGNOS DISTINTIVOS



- MARCAS
- AVISOS COMERCIALES

INFO. CONFIDENCIAL



- SECRETOS INDUSTRIALES
- KNOW-HOW

## EXCLUSIVIDAD

### → LICENCIA DE USO EXCLUSIVA

- PRODUCTOS
- TERRITORIO

### → LICENCIA DE USO NO EXCLUSIVA



MÚLTIPLES LICENCIATARIOS

## TERRITORIO

→ PORCIONES GEOGRÁFICAS DETERMINADAS

→ TERRITORIOS COMPLETOS

## VIGENCIA

→ LICENCIANTE – VIGENCIA MENOR

→ LICENCIATARIA – VIGENCIA MAYOR

## CONTROLES DE USO

LICENCIANTE VA A ESPECIFICAR CÓMO EL LICENCIATARIO DEBERÁ USAR LOS DERECHOS LICENCIADOS



EL LICENCIANTE PUEDE APORTAR MANUALES Y DOCUMENTOS CON ESPECIFICACIONES PARA EL USO DE LOS DERECHOS LICENCIADOS



## DISPOSICIONES ECONÓMICAS

- PAGO INICIAL O REGALÍA INICIAL – QUE GENERALMENTE SE ENTREGA AL LICENCIANTE AL MOMENTO DE FIRMA DEL CONTRATO
- REGALÍAS – PAGOS PERIÓDICOS GENERALMENTE CALCULADOS SOBRE PARÁMETROS DE VENTAS
- APORTACIONES PARA FONDOS PUBLICITARIOS
- PAGOS POR ASISTENCIA TÉCNICA PRESTADA AL LICENCIATARIO

## MEDIDAS DE CONTROL Y AUDITORÍA

- INSPECCIONES Y/O VISITAS PARA VERIFICAR CUMPLIMIENTO DE CALIDAD
  
- SOLICITUD DE MUESTRAS FÍSICAS DE PRODUCTO
  
- AUDITORIAS PARA COMPROBAR
  - PROCESOS DE PRODUCCIÓN APEGADOS A ESPECIFICACIONES
  - MATERIALES SEGÚN ESPECIFICACIONES
  - PAGOS EFECTUADOS CORRECTAMENTE

## DEFENSA DE DERECHOS

- DEFINICIÓN SOBRE QUIÉN LLEVARÁ A CABO ACCIONES PARA DEFENDER LOS DERECHOS LICENCIADOS:
  - EL LICENCIANTE
  - EL LICENCIATARIO
  - AMBOS
- CASO ESPECIAL EN MEXICO EN MATERIA DE
  - MARCAS
  - PATENTES

## FASES EN EL LICENCIAMIENTO

1. FASE PREPARATORIA
2. FASE DE NEGOCIACIÓN
3. FASE DE FORMALIZACIÓN Y FIRMA
4. FASE DE ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO

## FASE PREPARATORIA



*DUE DILIGENCE*  
(AUDITORIA)

## FASE DE NEGOCIACIÓN



DEFINICIÓN DE TÉRMINOS Y CONDICIONES DEL  
CONTRATO

FORMALIZACIÓN Y FIRMA



VERSIÓN FINAL DEL CONTRATO DE LICENCIA



FORMALIDADES NOTARIALES (RECOMENDABLES PERO NO  
ESTRICTAMENTE NECESARIAS)

## ADMINISTRACIÓN DEL CONTRATO

- FORMALIDADES REGISTRALES (CUANDO SE REQUIERAN)
- MONITOREO DE PROCESOS PARA VERIFICAR CUMPLIMIENTO DE CONDICIONES DE LA LICENCIA
- ANÁLISIS ECONÓMICOS PARA VERIFICAR EL PAGO CORRECTO DE REGALÍAS



# 9. EL MÁS EVOLUCIONADO DE LOS CONTRATOS EN MATERIA DE PI: LA FRANQUICIA

# FRANQUICIA

EXISTIRÁ FRANQUICIA, CUANDO CON LA LICENCIA DE USO DE UNA MARCA, OTORGADA POR ESCRITO SE TRASMITAN CONOCIMIENTOS TÉCNICOS O SE PROPORCIONE ASISTENCIA TÉCNICA, PARA QUE LA PERSONA A QUIEN SE LE CONCEDE PUEDA PRODUCIR O VENDER BIENES O PRESTAR SERVICIOS DE MANERA UNIFORME Y CON LOS MÉTODOS OPERATIVOS, COMERCIALES Y ADMINISTRATIVOS ESTABLECIDOS POR EL TITULAR DE LA MARCA, TENDIENTES A MANTENER LA CALIDAD, PRESTIGIO E IMAGEN DE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS A LOS QUE ÉSTA DISTINGUE

FRANQUICIA

=

LICENCIA DE  
USO DE MARCA

+

CONOCIMIENTOS TÉCNICOS  
O ASISTENCIA TÉCNICA

## LICENCIA DE USO DE MARCA

- FORMA APLICABLE A DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL PARA TRANSFERIR **DERECHOS DE USO** A TERCERAS PERSONAS
- EL TITULAR CONSERVA LA TITULARIDAD DEL DERECHO
- SE PUEDEN OTORGAR LICENCIAS PARA MARCAS EN TRÁMITE **PERO** EN EL CASO DE FRANQUICIAS, SIENDO QUE SE TRATA DE UN NEGOCIO QUE YA HA SIDO ACREDITADO POR EL FRANQUICIANTE, LA MARCA DEBERÁ (EN MI OPINIÓN) ESTAR YA REGISTRADA ANTE EL IMPI
- ES RECOMENDABLE INSCRIBIR LA FRANQUICIA ANTE EL IMPI O AL MENOS ALGÚN CONTRATO SIMPLIFICADO CON EL QUE SE ACREDITE LA LICENCIA DE USO DE MARCAS OTORGADA AL FRANQUICIATARIO

## CONOCIMIENTOS TÉCNICOS O ASISTENCIA TÉCNICA

- ENTREGA DE MANUALES, INSTRUCTIVOS, ESPECIFICACIONES Y DOCUMENTACIÓN SOBRE EL NEGOCIO FRANQUICIADO CON SUS ACTUALIZACIONES
- DETERMINACIÓN DE LA UBICACIÓN DEL NEGOCIO FRANQUICIADO
- ASESORÍA EN LAS ADECUACIONES ARQUITECTÓNICAS Y DE EQUIPAMIENTO
- ASESORÍA EN LAS AUTORIZACIONES Y LICENCIAS PARA OPERAR EL NEGOCIO
- ASESORÍA EN LA CONTRATACIÓN DEL PERSONAL Y EN SU CAPACITACIÓN
- VIGILANCIA EN CUANTO A LA CALIDAD DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS FRANQUICIADOS
- ORIENTACIÓN EN ASPECTOS PUBLICITARIOS

- VISITAS PREVIAS PARA DEMOSTRAR LA OPERACIÓN DEL NEGOCIO (SHOW-HOW)
- VISITAS CON EL NEGOCIO FUNCIONANDO PARA CORREGIR PROBLEMAS O MEJORAR SU FUNCIONAMIENTO
- ORIENTACIÓN EN MATERIA DE PROVEEDORES E INSUMOS
- SUPERVISIÓN EN MATERIA DE SEGURIDAD, PROCESOS, ADMINISTRACIÓN, ATENCIÓN AL CLIENTE E HIGIENE
- DESARROLLO DE NUEVOS PRODUCTOS O SERVICIOS A SER INCLUIDOS EN LA FRANQUICIA
- PROVISIÓN DE SOFTWARE NECESARIO EN LA OPERACIÓN Y ADMINISTRACIÓN DEL NEGOCIO FRANQUICIADO

## REQUISITOS PREVIOS A LA CELEBRACIÓN DE LA FRANQUICIA

EL FRANQUICIANTE DEBERÁ PROPORCIONAR AL FRANQUICIATARIO, POR LO MENOS CON **TREINTA DÍAS** PREVIOS A LA CELEBRACIÓN DEL CONTRATO, INFORMACIÓN TÉCNICA, ECONÓMICA Y FINANCIERA SOBRE EL ESTADO QUE GUARDA SU EMPRESA



CARTA OFERTA DE FRANQUICIA  
(ART. 245 LFPPY Y 65 DEL RLPI)

## CUATRO ETAPAS DEL CONT. DE LICENCIA APLICADOS A LA FRANQUICIA

### FASE PREPARATORIA

- DUE DILIGENCE DEL FRANQUICIATARIO PARA CONOCER EL NEGOCIO
- DUE DILIGENCE DEL FRANQUICIANTE PARA CONOCER AL FRANQUICIATARIO
- ENTREGA DE LA INFORMACIÓN PREVIA (CARTA OFERTA DE FRANQUICIA)
- ORIENTACIÓN EN LA UBICACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO COMERCIAL
- ORIENTACIÓN EN LA ADECUACIÓN ARQUITECTÓNICA Y EQUIPAMIENTO
- PROVISIÓN DEL KNOW-HOW INICIAL



## FASE DE NEGOCIACIÓN

- DEFINICIÓN DE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES QUE FINALMENTE APLICARÁN EN LA FRANQUICIA
- ACUERDOS EN CUANTO A PAGOS Y REGALÍAS




## FASE DE FORMALIZACIÓN Y FIRMA

- CELEBRACIÓN MEDIANTE LA SUSCRIPCIÓN DEL CONTRATO
- ENTREGA DE MANUALES Y DOCUMENTACIÓN

## FASE DE ADMINISTRACIÓN

- INSCRIPCIÓN DEL CONTRATO ANTE EL IMPI
- PROVISIÓN CONSTANTE DE ASISTENCIA TÉCNICA AL FRANQUICIATARIO
- GESTIÓN DE PAGOS Y ENTREGA DE COMPROBANTES FISCALES
- FRANQUICIANTE PODRÁ TENER INJERENCIA EN EL NEGOCIO FRANQUICIADO EXCLUSIVAMENTE PARA VIGILAR LA OBSERVANCIA:
  - DE LOS ESTÁNDARES DE ADMINISTRACIÓN
  - DE LA IMAGEN DE LA FRANQUICIA

# RANKING DE FRANQUICIAS GLOBALES 2022 (POR TAMAÑO Y CRECIMIENTO)

FRANCHISE NAME/RANK	CATEGORY/DESCRIPTION	INITIAL INVESTMENT
# 1  KFC	Chicken Chicken	\$1.4M - \$2.8M >
# 2  7-Eleven	Convenience Stores Convenience stores	\$70K - \$1.2M >
# 3  McDonald's	Hamburgers Burgers, chicken, salads, beverages	\$1.3M - \$2.3M >
# 4  Dunkin'	Coffee Coffee, doughnuts, baked goods	\$438K - \$1.8M >
# 5  Taco Bell	Mexican Food Mexican-inspired food	\$576K - \$3.4M >
# 6  Pizza Hut	Pizza Pizza, pasta, wings	\$367K - \$2.1M >
# 7  Kumon <a href="#">Request Info</a>	Tutoring Supplemental education	\$67K - \$146K >
# 8  Hampton by Hilton	Hotels & Motels Midprice hotels	\$10.7M - \$20M >
# 9  Anytime Fitness <a href="#">Request Info</a>	Fitness Fitness centers	\$73K - \$694K >
# 10  Century 21 Real Estate	Real Estate Real estate	\$25K - \$457K >

\*Tomado de Entrepreneur. *2022 Top Global Franchises Ranking*. <https://www.entrepreneur.com/franchises/topglobal>

# 10. PROPIEDAD INTELECTUAL EN EL ENTORNO DIGITAL

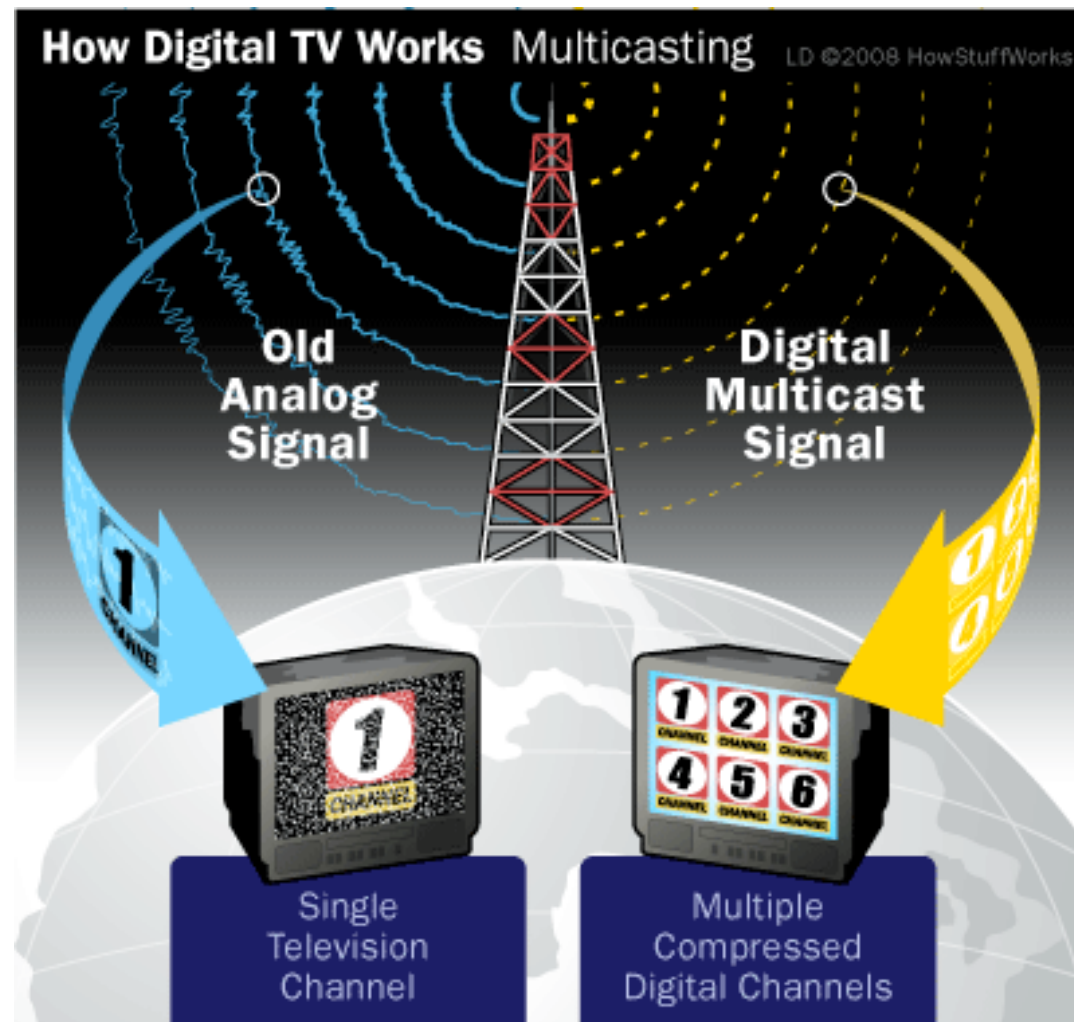
LA EXTERIORIZACIÓN DE UNA OBRA DIGITAL SE REALIZA EN USO DEL CÓDIGO DIGITAL O BINARIO POR VIRTUD DEL CUAL, CADA MÍNIMA PARTE DE LA EXPRESIÓN AUTORAL PUEDE REPRESENTARSE CON UNA SECUENCIA DE NÚMEROS “CERO” Y “UNO”.

LA DECODIFICACIÓN O TRADUCCIÓN DE ESE CÓDIGO BINARIO SE LLEVA A CABO CON APARATOS DE ALTA TECNOLOGÍA QUE SE ENCUENTRAN PUESTOS AL ALCANCE GENERAL Y QUE PERMITEN VISUALIZAR, ESCUCHAR Y APRECIAR LA OBRA ASÍ CREADA

## DOS IMPLICACIONES FUNDAMENTALES

- VELOCIDAD EN LA DIFUSIÓN DE OBRAS Y DISTRIBUCIÓN DIGITAL DE CONTENIDOS
- FACILIDAD EN EL COPIADO Y REPRODUCCIÓN DE OBRAS











+



+





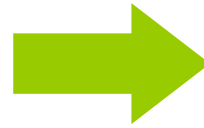
PRIMER SEMESTRE DE 2009:

\$



X segundo

# NUEVAS FORMAS DE DIFUSIÓN DE OBRAS



VENTA O RENTA DIGITAL DE  
CONTENIDOS



STREAMING

## NUEVAS FORMAS DE DIFUSIÓN DE OBRAS (CONT.)



LIBRO DIGITAL



BANCOS DE IMAGENES

# NUEVAS FORMAS DE DIFUSIÓN DE OBRAS (CONT.)



"All Rights Reserved" to "Some Rights Reserved"



LICENCIAMIENTO DE DERECHOS  
SIN LA RIGIDEZ TRADICIONAL



# FORMAS DE DIFUSIÓN QUE DEJARON DE SER LEGALES



# USO DE OBRAS DIGITALES

## DOS REGLAS FUNDAMENTALES:

- CONFIRMAR QUE SE CUENTA CON AUTORIZACIÓN PARA SU USO POR PARTE DEL TITULAR DEL DERECHO PATRIMONIAL DE AUTOR
- TENER SOPORTE DOCUMENTAL DE LA AUTORIZACIÓN



## DOS NUEVOS CONCEPTOS

### DOS NUEVOS CONCEPTOS:

- **MEDIDA TECNOLÓGICA DE PROTECCIÓN** (TECHNOLOGICAL PROTECTION MEASURES - TPM) TECNOLOGÍA, DISPOSITIVO O COMPONENTE QUE, EN EL CURSO NORMAL DE SU OPERACIÓN, PROTEJA EL DERECHO DE AUTOR, DERECHO DEL ARTISTA INTÉRPRETE O EJECUTANTE O DERECHO DEL PRODUCTOR DEL FONOGRAMA, O QUE CONTROLE EL ACCESO A UNA OBRA, A UNA INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN O A UN FONOGRAMA.
- **INFORMACIÓN SOBRE LA GESTIÓN DE DERECHOS** (DIGITAL RIGHTS MANAGEMENT - DRM) SON LOS DATOS, AVISO O CÓDIGOS Y, EN GENERAL, LA INFORMACIÓN QUE IDENTIFICAN A LA OBRA, A SU AUTOR, A LA INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN, AL ARTISTA INTÉRPRETE O EJECUTANTE, AL FONOGRAMA, AL PRODUCTOR DEL FONOGRAMA Y AL TITULAR DE CUALQUIER DERECHO SOBRE LOS MISMOS, O INFORMACIÓN SOBRE LOS TÉRMINOS Y CONDICIONES DE UTILIZACIÓN DE LA OBRA, INTERPRETACIÓN O EJECUCIÓN, Y FONOGRAMA, Y TODO NÚMERO O CÓDIGO QUE REPRESENTA TAL INFORMACIÓN

# METAVERSO



\* Imagen de, *What is the Metaverse?* <https://coinculture.com/au/business/what-is-the-metaverse-all-details-explained/>

- ENTORNO VIRTUAL PARA INTERACTUAR CON OTROS CON EL USO DE AVATARES
- EXISTEN PROPIEDADES VIRTUALES QUE SON MATERIA DE APROPIACIÓN INDIVIDUAL
- EN ESE ENTORNO VIRTUAL SE USAN Y CONSUMEN “PRODUCTOS Y SERVICIOS VIRTUALES” DISTINGUIDOS POR MARCAS Y SE ADQUIEREN Y USAN OBRAS ARTÍSTICAS Y LITERARIAS
- COMO MONEDA DE CAMBIO SE UTILIZAN LAS “CRIPTOMONEDAS”



Primera imagen tomada de: [branding metaverse - Bing images](#)

Segunda imagen tomada de: [https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/bb/Overhead\\_View\\_Campus.jpg](https://upload.wikimedia.org/wikipedia/commons/b/bb/Overhead_View_Campus.jpg)

# NFT – NON FUNGIBLE TOKENS



\* Imagen de, *Que sont les NFT? Découvrez les objets de collection numériques de Crypto* <https://www.tremplin-numerique.org/que-sont-les-nft-decouvrez-les-objets-de-collection-numeriques-de-crypto>

- UNA UNIDAD DE DATOS QUE CERTIFICA LA AUTENTICIDAD DE UN ACTIVO NO FUNGIBLE
- SON ALMACENADOS Y GESTIONADOS A TRAVÉS DE “BLOCKCHAIN”
- EN EL ENTORNO DE METAVERSO, SIRVEN PARA ADQUIRIR LA TITULARIDAD DE BIENES Y DERECHOS, INCLUYENDO REPRESENTACIONES DE OBRAS ARTÍSTICAS Y LITERARIAS, ASÍ COMO DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL
- SE UTILIZAN CRIPTOMONEDAS COMO MEDIO DE PAGO



**POR SU  
ATENCIÓN  
¡GRACIAS!**

**COFIDE®**  
CAPACITACIÓN EMPRESARIAL

**\*\*TODAS LAS IMÁGENES, OBRAS, RETRATOS DE PERSONAS Y MARCAS QUE APARECEN EN ESTA PRESENTACIÓN, SON USADAS SIN FINES DE LUCRO Y EN UN ÁMBITO EXCLUSIVAMENTE ACADÉMICO. PARA LA REPRODUCCIÓN Y USO DE DICHS MATERIALES, FUERA DE DICHO CONTEXTO, SE REQUIERE DE LA AUTORIZACIÓN DE SUS LEGÍTIMOS TITULARES.**

# CONTÁCTANOS



## PÁGINA WEB

[www.cofide.mx](http://www.cofide.mx)



## TELÉFONO

01 (55) 46 30 46 46



## DIRECCIÓN

Av. Río Churubusco 594 Int. 203,  
Col. Del Carmen Coyoacán, 04100  
CDMX

## SIGUE NUESTRAS REDES SOCIALES



COFIDE



Cofide SC



Cofide SC



@cofide.mx