

**UNIVERSIDAD POPULAR AUTÓNOMA
DEL ESTADO DE PUEBLA**

**“DERECHO MARCARIO MEXICANO
EN EL TRATADO
DE LIBRE COMERCIO
CON LA UNIÓN EUROPEA”**

T E S I S

PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN DERECHO

PRESENTA:

Yasmin Barroso Patjane



UPAEP – Secretaría General

Dirección General de Apoyos Académicos

Dirección del Centro de Recursos para el Aprendizaje y la Investigación.

Biblioteca Central - **Karol Wojtyla**

Tesis Digitales Restricciones de uso:

DERECHOS RESERVADOS ©

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

El uso de textos, imágenes, gráficas, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente de donde la obtuvo mencionando el autor o autores involucrados en el documento.

Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

PUEBLA, PUE. OCTUBRE 10 DE 2001.

DR. JUR. WERNER G. C. VOIGT.
PRESENTE.

POR ESTE CONDUCTO LE SOLICITO DE LA MANERA MAS ATENTA ASESORAR A LA ALUMNA YASMIN BARROSO PATJANE, MATRICULA 50761, EN LA REALIZACIÓN DE SU TRABAJO DE INVESTIGACION DENOMINADO: "DERECHO MARCARIO MEXICANO EN EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LA UNION EUROPEA", COMO REQUISITO INDISPENSABLE PARA ACREDITAR LA MATERIA DE SEMINARIO DE TESIS.

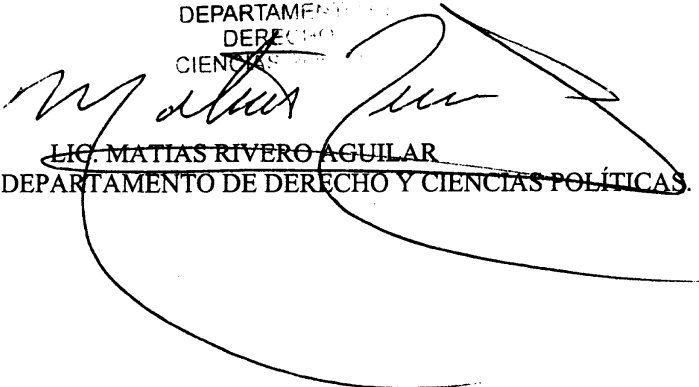
AGRADEZCO DE ANTEMANO LA ATENCION QUE SE SIRVA BRINDAR A LA PRESENTE Y QUEDO A SUS ORDENES PARA CUALQUIER INFORMACION.

ATENTAMENTE



UPAEP

DEPARTAMENTO DE
DERECHO Y
CIENCIAS POLITICAS



LIC. MATIAS RIVERO AGUILAR
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS.

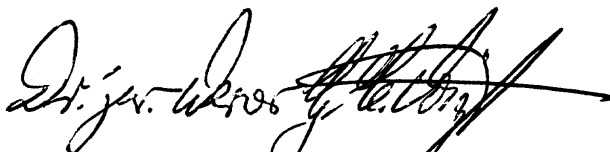
PUEBLA, PUE. OCTUBRE 11 DE 2001.

LIC. MATIAS RIVERO AGUILAR.
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS.
PRESENTE.

POR ESTE CONDUCTO LE COMUNICO QUE ACEPTO ASESORAR A LA ALUMNA YASMIN BARROSO PATJANE, EN LA ELABORACION DE SU TRABAJO DE INVESTIGACION DENOMINADO: "DERECHO MARCARIO MEXICANO EN EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LA UNION EUROPEA", QUE ES REQUISITO INDISPENSABLE PARA ACREDITAR LA MATERIA DE SEMINARIO DE TESIS.

SIN MAS POR EL MOMENTO QUEDO A SUS ORDENES.

ATENTAMENTE.



DR. JUR. WERNER G. VOIGT
DEPARTAMENTO DE DERECHO Y CIENCIAS POLITICAS.

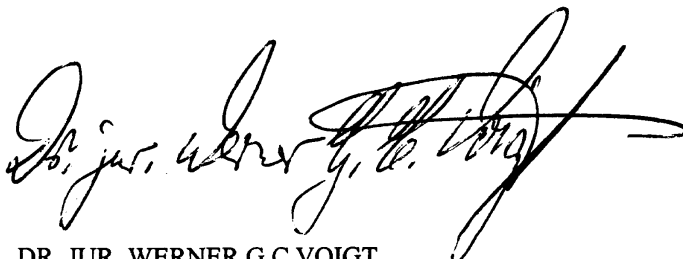
PUEBLA, PUE. 1º. DE NOVIEMBRE DE 2001.

LIC. MATIAS RIVERO AGUILAR.
DIRECTOR DEL DEPARTAMENTO DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS.
PRESENTE.

POR ESTE CONDUCTO LE COMUNICO QUE LA ALUMNA YASMIN BARROSO PATJANE, MATRICULA 50761, HA CONCLUIDO SATISFACTORIAMENTE SU TRABAJO DE INVESTIGACIÓN DENOMINADO: "DERECHO MARCARIO MEXICANO EN EL TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LA UNION EUROPEA", POR LO QUE SE PUEDE PROCEDER A REALIZAR TRAMITES PARA SU EXAMEN PROFESIONAL.

SIN MAS POR EL MOMENTO, QUEDO A SUS ORDENES PARA CUALQUIER INFORMACIÓN.

ATENTAMENTE



DR. JUR. WERNER G.C.VOIGT.
DEPARTAMENTO DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS.

INDICE

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LAS MARCAS EN MEXICO.

PÁG.

1.1	Creaciones Industriales	2
1.2	Signos Distintivos.....	5

CAPITULO II

CONCEPTOS JURIDICOS FUNDAMENTALES EN EL DERECHO MARCARIO MEXICANO.

2.1	Concepto.....	8
2.2	Tipos de Marcas	13
2.3	Principios que rigen el Régimen Marcario.....	17
2.4	El Registro de la Marca como Fuente del Derecho.....	19
2.5	El Uso de la Marca como Fuente del Derecho	19
2.6	Marcas Registrables	21
2.6.1	Marcas no Registrables	22
2.6.2	Requisitos para el Registro de la Marca	26
2.7	Vigencia de las Marcas	30
2.8	Ambito de Eficacia del Registro de las Marcas	32
2.9	Licencia de las Marcas	32
2.10	Tramite de Inscripción ante el IMPI	32
2.11	Marco Jurídico Nacional de la Propiedad Intelectual.....	33
2.12	Marco Jurídico Internacional de la Propiedad Intelectual	35

CAPITULO III

TEORIAS FUNDAMENTALES DE LAS MARCAS Y EFECTOS JURIDICOS DE SUS DIVERSAS FUNCIONES.

3.1	Teorías	42
3.2	Funciones	50
3.3	Requisitos de Validez de la Marca	56
3.4	Distintividad de la Marca	58

CAPITULO IV

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE MEXICO Y LA UNION EUROPEA.

4.1	La Unión Europea	60
4.2	Acuerdos Comerciales de la Unión Europea	64
4.3	Estructura del Sistema Institucional de la Unión Europea	66
4.4	Marca Comunitaria	69
4.4.1	Distintividad de la Marca Comunitaria	72
4.4.2	Marca Comunitaria Colectiva	72
4.5	Registro de la Marca Comunitaria	75
4.5.1	Solicitud de la Marca Comunitaria	75
4.5.2	Procedimiento del Registro	76
4.5.3	El Uso de la Marca Comunitaria	79
4.6	Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea	80

ANEXOS

Acuerdo Comercial entre México y la Unión Europea	95
Acta Final	99
Declaraciones Conjuntas	101
Declaración de la Comunidad y sus Estados Miembros sobre la Propiedad Intelectual, Industrial y Comercial	104
Oficina de Armonización del Mercado Interior	108
Organización Mundial de la Propiedad Intelectual	114

Tratado de Budapest	118
Comentarios del Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea	135
Partes Contratantes del Tratado de Niza	138

CAPITULO I

ANTECEDENTES HISTORICOS DE LAS MARCAS EN MÉXICO.

Para realizar el análisis del tema, es de gran importancia estudiar las marcas o signos utilizados en la antigüedad. En México, durante la época Prehispánica, no se tiene noticia de la utilización de marcas o signos como medio de identificación de las mercancías y de productos; el comercio se practicaba con la permutación de bienes.

Se utilizaban sellos o pintaderas con modelos diferentes para la identificación de los tributos, que los pueblos pagaban a los reyes o señores. Dichos sellos tenían dos formas diferentes, unos eran planos consistentes en una especie de yugo o mango y una tabla, en cuya superficie se grababa un dibujo cualquiera, que es el que servía para imprimir. El otro modelo era el sello cilíndrico, que consistía en un cilindro hueco o sólido, como un rodillo en cuya superficie se hallaba grabado el dibujo en relieve que había de servir para imprimir.

No se puede denominar a los mencionados sellos “marcas”, pero de alguna forma funcionaban como tal debido a que servían para diferenciar unas cosas de otras.

Se utilizaban también las marcas de hierro para marcar a los esclavos de guerra, aclarando que no se acercan al concepto que se da actualmente a las marcas, pero es importante mencionarlas debido a la importancia histórica que tuvieron. De igual forma se marcaba al ganado mediante un hierro candente con el que quemaban parte de la piel con el fin de diferenciarlo.

Otro tipo de marcas utilizadas en aquella época fueron las que se utilizaban para demostrar la propiedad de los libros. En un principio los dueños de los libros

implantaban su firma o su escudo y con el paso del tiempo se crean las cédulas para pegarlas en los libros, esta cédula recibió el nombre de EX LIBRIS (de los libros). Posteriormente se utilizaron las marcas de hierro que se implantaban en la parte inferior de los libros, en algunos volúmenes no muy gruesos se sellaba todo el libro.

Los primeros antecedentes de la época Independiente se dieron en 1871, cuando los legisladores establecen en el Código de Comercio sanciones por la falsificación y uso indebido de sellos, punzones, marcas, y en 1871 se establecen sanciones pecuniarias y de prisión; ya que las marcas significaban un medio de prueba de la propiedad para los dueños de las mercancías, y un control y garantía de la circulación de estas.

1.1 CREACIONES INDUSTRIALES.

La primera ley que rigió en México en materia de patentes de invención fue el decreto expedido por las Cortes Españolas el 2 de Octubre de 1820, para asegurar el derecho de propiedad a los que inventen, perfeccionen o introduzcan algún ramo de industria. El título de propiedad del inventor no se llamaba patente, sino "certificado de invención", el cuál tenía fuerza y vigor durante diez años.

Después de consumada la independencia nacional, el primer texto legal que se expidió fue la ley de 7 de mayo de 1832, sobre privilegio exclusivo a los inventores o perfeccionados de algún ramo de la industria, la cual señalaba para las patentes de invención, fuerza y vigor durante diez años.

Su objeto era el de proteger el derecho que tienen los inventores o perfeccionadores de algún ramo de la industria y hacerlo similar al de propiedad. Para obtener este derecho el inventor debía presentarse ante el Gobierno Federal, o estatal, la descripción exacta con los dibujos, modelos y demás datos

necesarios para la explicación del objeto que se proponía. Las autoridades por su parte le darían un testimonio en forma.

El Gobierno General por medio del Secretario de Relaciones expedida al inventor o perfeccionador una patente. Para la concesión de dicha patente no se examinaba si eran útiles o no los inventos o perfecciones, sólo se negaban cuando iban en contra de la seguridad, salud pública, las buenas costumbres, las leyes, las órdenes o reglamentos.

Los inventores o perfeccionadores sólo podían utilizar sus invenciones en la industria, hasta haber obtenido una patente.

Ley de 7 de junio de 1890, sobre patentes de privilegio a los inventores o perfeccionados, conforme a la cual las patentes eran otorgadas por veinte años susceptibles de prórroga por cinco años más.

En esta ley todo mexicano o extranjero, inventor o perfeccionador de alguna industria o arte tenía derecho, conforme al artículo 28 constitucional, a la explotación exclusiva de la patente que se le otorgaba.

Para obtener una patente, se tenía que acudir a la Secretaria de Fomento, la solicitud de la patente era publicada en el Diario Oficial de la Federación durante dos meses, después de este lapso no se admitía ninguna oposición, en caso de que existiera esta se citaba a las partes para solucionar el problema vía administrativa, de no llegarse a un acuerdo se remitía el expediente a la autoridad judicial.

La Ley de Patentes de Invención expedida el 25 de agosto de 1903, que comenzó a regir el 1º de octubre del mismo año, a fijó las patentes un plazo de veinte años susceptibles de ser prorrogados hasta por cinco años más. Esta ley incorporó por primera vez las patentes de modelos y dibujos industriales, sometiéndolas a lo prevenido con respecto a las patentes de invención.

Esta Ley tenía 16 capítulos: De las patentes; De la petición y concesión de patentes; De los plazos y derechos fiscales; De la explotación; Del título y sello; De la publicidad oficial; Del examen; De la transmisión de los derechos que confieren las patentes; De la expropiación; De la caducidad y nulidad de las patentes; De la responsabilidad penal y civil de los que infrinjan los derechos que otorguen las patentes; Procedimiento para obtener la revocación de las resoluciones administrativas; Procedimiento para los juicios civiles; Procedimiento para los juicios penales; De las publicaciones y museo; y De las patentes por modelos y dibujos industriales.

La ley señalaba quienes podían ser titulares de una patente, lo que era patentable y de igual forma, lo que no era patentable.

En la Ley de Patentes de Invención de 26 de junio de 1928, que comenzó a regir el 1º de enero de 1929. Esta Ley como las anteriores buscaba proteger el derecho del inventor contra terceros y regular la protección de este derecho.

El Capítulo I “De las Patentes”, determinaba que quienes hubieran realizado una invención tenían el derecho exclusivo de explotarlo en su provecho por sí o por otros con su permiso, previa la obtención de la patente respectiva.

Consideraba como patentes de invención, un nuevo producto industrial o composición de materia, el empleo de medios nuevos para obtener un producto o resultado industrial y las reformas o mejoras a una invención amparada por una patente anterior, o que fuera del dominio público. En este último supuesto, no debería tener relación con una patente anterior vigente, de una de tercera persona o del dominio público.

El 8 de septiembre de 1942 se dio un Decreto que establecía la obligación de los fabricantes que utilizaban marcas registradas legalmente, o los que empleaban envases o empaques para sus artículos, a que utilizaran la leyenda

“HECHO EN MEXICO” y se fijan tarifas progresivas a las anualidades de la vigencia de las patentes. La Ley de la Propiedad Industrial de 31 de diciembre de 1942, (DOF de 31 de diciembre de 1942), señaló para las patentes de invención un plazo improrrogable de quince años y de diez para las patentes de modelo o dibujo industrial. Esta ley se caracteriza desde el punto de vista formal, en que codifica todas las disposiciones relativas a patentes de invención, patentes de modelo y de dibujo industrial, marcas, avisos, comerciales, nombres comerciales, y competencia desleal; toma en cuenta los principios universalmente admitidos de la “Convención de la Unión de París de 1883” para la protección de la Propiedad Industrial.

Se dio un decreto en 1949, acerca de régimen de las marcas de uso obligatorio como para la medias de nylon, las fibras sintéticas, artículos personales, artículos de viaje, plata labrada, se mantuvo el sistema de examen de novedad, y con este se da una reforma en las tarifas.

1.2 SIGNOS DISTINTIVOS.

La Ley de Marcas de Fábricas fue expedida el 28 de noviembre de 1889 por el Ejecutivo Federal, en ejercicio de las facultades extraordinarias otorgadas por el Congreso de la Unión del 4 de junio de 1887.

El objeto de esta ley era proteger las marcas industriales o mercantiles que amparaban bienes fabricados o vendidos en el país.

El titular de una marca ya fuera nacional o extranjero residente en el país, podía adquirir el derecho exclusivo de usarla en la República, si eran residentes en el extranjero se regían a lo que disponían los tratados internacionales. Para adquirir la propiedad exclusiva de una marca de fábrica el interesado iniciaba el trámite ante la Secretaría de Fomento, cumpliendo los requisitos establecidos en la Ley.

La marca registrada pertenecía al primer poseedor o al primer solicitante si la posesión no podía comprobarse, esta se transmitía sin formalidades especiales y conforme a las reglas del derecho común, la duración de propiedad de la marca era indefinida se entendía abandonada por clausura o falta de producción por más de un año.

En el año de 1903, el 25 de agosto entró en vigor la Ley de Marcas Industriales y de Comercio (DOF de 2 de septiembre de 1903), ya que se necesitó una nueva legislación en esta materia debido a la abundancia de productos y al gran auge comercial, ante esta situación la Secretaria de Fomento presentó una iniciativa de ley a la Cámara de Diputados para reformar la ley y permitir la modernización de los procesos de utilización de las marcas y su registro.

El 26 de junio de 1928 se reforma la Ley de Marcas y de Avisos y Nombres Comerciales, (DOF de 27 de julio de 1928), con la cuál se crean cambios en la adquisición de una marca, los medios de registro, marcas registrables. Cuyas disposiciones señalaban también un plazo de veinte años al registro marcario.

La Ley de Invenciones y Marcas se expidió el 30 de diciembre de 1975 y fue publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de febrero de 1976.

Regulaba las patentes de invención y de mejoras; los certificados de invención; el registro de modelos; los dibujos industriales; los apoyos y facilidades respecto de los derechos solicitados por los trabajadores, la micro y las pequeñas industrias; el registro de marcas, las denominaciones de origen; los avisos; los nombres comerciales; y la protección contra la competencia desleal.

La persona física que realizara una invención o causahabiente, podía solicitar una patente que le otorgaba el derecho exclusivo de explotarla en su provecho, por sí o por otros con su permiso; el interesado podía optar, sin embargo, por un certificado de invención.

La vigencia de la patente era de 14 años improrrogables contados a partir de la expedición del título y considerando como fecha legal de la patente el día y la hora de la presentación de su solicitud; su explotación debería iniciarse dentro de un plazo de 3 años; en caso contrario, cualquier persona podía solicitar a la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial la concesión de una licencia obligatoria para explotarla.

La actualización del sistema de Propiedad Industrial en México, se inició prácticamente con la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial de 1991, la cuál tiene fundamento en el perfeccionamiento de los procesos productivos de las actividades industriales y comerciales, el mejoramiento de la calidad de los bienes y servicios conforme a los intereses de los consumidores, y una mayor protección a la Propiedad Industrial mediante la regulación de patentes, registros de utilidad y diseños industriales marcas y avisos comerciales, denominaciones de origen y secretos industriales.

Se abrieron nuevas áreas tecnológicas de patentabilidad, se agilizó nueva información sobre tecnologías patentables, se introdujo el modelo de utilidad, se protegió la información técnica, se amplió el plazo de vigencia de las marcas, y se dio la creación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Actualmente se conoce como la Ley de Propiedad Industrial, la cual se da a partir de reformas y adiciones que tienen el propósito de perfeccionar el marco jurídico de la Propiedad Industrial en México. El Decreto que reforma y adiciona la ley de 1991 fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 2 de agosto de 1994, y entró en vigor el 1º de octubre de 1994.

Esta ley de 1994, tuvo como antecedente la firma del Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos de Norte América y Canadá; firmado por el Presidente Constitucional Carlos Salinas de Gortari en julio de 1994.

CAPITULO II

CONCEPTOS JURIDICOS FUNDAMENTALES EN EL DERECHO MARCARIO MEXICANO.

2.1 CONCEPTO

Históricamente las marcas han sido un factor importante en las transacciones comerciales que realizan los diversos países del mundo, de tal manera que el término marca ha sido estudiado y comprendido por la doctrina. A continuación mencionaré algunos conceptos.

Existen infinidad de definiciones de lo que es la marca, por ejemplo el Dr. David Rangel Medina, las agrupa en cuatro corrientes que son:

- a) Las que señalan a la marca un papel de signo indicador del lugar de procedencia de la mercancía;
- b) Aquella que considera a la marca como un agente individualizador del producto mismo;
- c) Una más que reúne los rasgos distintivos de las dos mencionadas.
- d) Las que adoptan la tesis mixtas, o enfoca la esencia de la marca en función de la clientela.¹

Justo Nava Negrete, define a la marca como “todo signo o medio material que permite a cualquier persona física o jurídica distinguir los productos que elabora o expende, así como aquellas actividades consistentes en servicios de otros iguales o similares cuya finalidad inmediata es la de atraer la clientela y después conservarla o aumentarla.”²

¹ Rangel Medina, David. Tratado de Derecho Marcario, Ed. Libros de México S.A México 1960

² Nava Negrete, Justo. Derecho de las Marcas. Ed. Porrúa S.A. México 1985 Pág. 147

Por otra parte la Ley de Propiedad Industrial, señala en su artículo 88, que se debe entender por marca: “ a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado”.

En base a lo anterior nosotros debemos entender por marca, “todo signo distintivo de un producto o servicio que marca la diferencia de estos en el mercado nacional o internacional cuando son de la misma especie.”

Si acudimos al diccionario veremos que la palabra marca proviene del alemán Mark y debe entenderse por ella “aquellos signos utilizados por los industriales, fabricantes o prestadores de servicios en las mercancías o en aquellos medios capaces de presentarlos gráficamente para distinguirlos, singularizarlos, individualizarlos; denotar su procedencia y calidad en su caso, de otros idénticos o de su misma especie”.³

La marca , afirma el autor español Joaquín Escriche en su Diccionario Razonado de Legislación y Jurisprudencia; “es la señal que se pone a algunas cosas, ya que se conozca el dueño a quien pertenecen, ya para probar que se han pagado los derechos impuestos sobre ellas, ya para que conste que han sido vistas o visitadas por las personas que tienen autoridad pública al efecto. La marca induce presunción de que las cosas en que se halla puesta pertenecen al dueño de la misma; pero no puede reputarse por sí sola como prueba completa del dominio, siendo tan fácil cometer el fraude de usar una marca o señal ajena. Sin embargo, cuando algunas personas disputan sobre pertenencias de cosas perdidas en naufragio o robadas por piratas, debe declararse que corresponden al dueño de la marca, puesto que este tiene a su favor una conjetura de que carecen los demás”.⁴

³ Diccionario Jurídico mexicano; Instituto de Investigaciones Jurídicas, Ed Porrúa S.A. 1988 Pág. 2079

⁴ Escriche Joaquín Diccionario Razonado de Legislación y Jurisprudencia 3ª. Ed. Madrid Ediciones Rosa y Bouret 1854.1543pp.

Nuestra Ley de Propiedad Industrial, en su artículo 88, define a la marca de la siguiente manera “Se entiende por marca todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado”.

Para el brasileño Da Gamma Cerquerira, la marca “es todo signo distintivo colocado facultativamente en los productos y artículos de las industrias en general, para identificarlos y diferenciarlos de otros idénticos o semejantes de origen diverso.”⁵

Para Laborde la marca emblemática “es todo signo particular y distintivo con la ayuda del cual un fabricante, un agricultor o un comerciante imprime el carácter de su personalidad sobre sus productos para distinguirlos de los de sus competidores”.⁶

A criterio de Breuer Moreno la marca “es el signo característico con que el industrial, comerciante o agricultor, distingue los productos de su industria, comercio o explotación agrícola.”⁷

Otros autores como Armengaud, Eugene Poulliet, Roubier y Rosello y Gómez, citados por Rangel Medina; afirman que la marca debe comprenderse como “aquel signo distintivo colocado sobre los productos con el propósito de distinguir la individualidad de una mercancía, así como para garantizar al público la procedencia de los productos, estableciendo que fabricantes los manufacturo o simplemente que comerciante los vendió.”⁸

En este orden de ideas, el maestro Nava Negrete expresa en su obra “Derecho de las marcas”, que la marca “es todo signo o medio material que permite a cualquier persona física o jurídica distinguir los productos que elabora o

⁵ Citado por Rangel Medina, David Tratado de Derecho Marcario Ed. Libros de México, S.A. México 1960 págs 153 a 169.

⁶ Citado por Rangel medina, David Op cit; pág 155

⁷ Citado por Rangel Medina, David Op. Cit; pág 155

⁸ Loc. Cit.

expende, así como aquellas actividades consistentes en servicios de otros iguales o similares cuya finalidad inmediata es la de atraer a la clientela y después conservarla y aumentarla.”⁹

A juicio del tratadista francés Yves Saint-Gal, el concepto marca contiene una duplicidad, porque toca por una parte el aspecto jurídico y por otra el aspecto económico, de tal modo expresa que la marca “es un signo distintivo que permite a su titular (fabricante o comerciante) distinguir sus productos o servicios de los de su competencia.” Mientras que en el plano económico la marca tiende a proporcionar a la clientela una mercancía o un servicio cubierto públicamente con su garantía.¹⁰

En Latinoamérica, autores como Jesús M. Carrillo, Francisco Casas, Boris Kozolchyk y Octavio Torrealba, coinciden en que la marca es un signo distintivo que sirve para diferenciar las mercancías, productos o servicios.

“Sepúlveda, opina algo similar cuando expresa que la marca es un digno para distinguir. Se emplea para señalar y caracterizar mercancías o productos de la industria, o bien servicios, diferenciándolos de los otros. Tiene por objeto proteger las mercaderías y los servicios poniéndolos al abrigo de la competencia desleal mediante la identificación, para indicar y garantizar su procedencia.”¹¹

Al respecto, indica Otamendi que “la marca es el signo que distingue un producto de otro o un servicio de otro.”¹²

Salazar por su parte señala que la marca es una contraseña o signo gráfico, que el comerciante pone en sus mercancías para indicar su procedencia, evitando

⁹ Derecho de las Marcas. Ed. Porrúa S.A. México 1985 págs 146 y 147

¹⁰ Citado por Nava Negrete, Op. Cit. pág 143

¹¹ Sepúlveda César El Sistema mexicano de propiedad industrial. Ed. Porrúa S.A. México 1981, pág 113

¹² Otamendi, Jorge. Derecho de las marcas Editorial Abeledo-Perrot. Buenos Aires, 1989 pág 7

así la falsificación del producto y la confusión que ésta pueda producir en el público. Es una protección que el comerciante da a su cliente y a sí mismo.¹³

Desde el punto de vista de Rodríguez y Rodríguez la marca es “la señal externa que es usada por un comerciante para distinguir los productos elaborados por él, vendidos o distribuidos, de manera que el adquiriente pueda cerciorarse de su procedencia y el comerciante quede a salvo de los efectos de la competencia desleal que le hicieren los que pretendiesen utilizar el prestigio y la solvencia de aquel, para colocar productos inferiores o no acreditados, por lo que se utiliza un comerciante para indicar el origen de las mercancías que en su empresa se producen o venden, en este sentido puede decirse que la marca es un signo de origen.”¹⁴

“La marca nos dice el doctor David Rangel Medina es el signo de que se valen los industriales, comerciantes y prestadores de servicios para diferenciar sus mercancías o servicios de los de sus competidores.”¹⁵

Finalmente diremos que existe una gran uniformidad en los conceptos doctrinarios al considerar a la marca como un signo distintivo de productos y servicios, y que sirve para evitar la confusión en el ámbito de transacción comercial y la práctica desleal en el comercio internacional. Así mismo otorga una seguridad al cliente ya que al adquirir cierta marca, será conocedor de la garantía que la cubre, y llevará en sí misma la calidad que brinda el titular de la marca.

¹³ Moto Salazar, Efraín. Elementos de Derecho 35ª Ed. Porrúa S.A. México, 1989 pág 426

¹⁴ Rodríguez y Rodríguez, Joaquín, Curso de Derecho mercantil. Ed. Porrúa S.A, Tomo I, México 1972 pág 425

2.2 TIPOS DE MARCAS.

DISTINCION CONTENIDA EN LA LEY.

La marca como ya se dijo es el signo distintivo de un producto o servicio y ésta se puede clasificar de acuerdo a lo estipulado por el artículo 89 de la Ley de Propiedad Industrial en:

- a) Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;
- b) Las formas tridimensionales;
- c) Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales;
- d) El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial público.

Independientemente de la clasificación, que hace la Ley de la Propiedad Industrial existen otras clasificaciones que se mencionan a continuación:

MARCAS NOMINATIVAS.

También conocidas como verbales, denominativas, nominales, fonéticas o de palabra, son aquellas que se componen exclusivamente de una o más palabras. Pueden consistir en un nombre propio, geográfico o comercial, expresando bajo forma distintiva. En ésta clase también se comprenden las denominaciones de fantasía y evocativas; igualmente pertenecen a esta categoría los títulos de periódicos; las iniciales, letras o siglas y los números.¹⁶

¹⁵ Op. Cit; pág. 153-169

¹⁶ Rangel Medina, David Op. Cit; pág 215

Este tipo de marcas son fácilmente aprendidas por la gente pues se utilizan, palabras que se recaudan con facilidad, así mismo, aquí lo que se toma en cuenta es el sonido de la misma la cual se protege sin tener en cuenta en que carácter o tipo de letra viene escrito. Un ejemplo de estas marcas sería el periódico “El Novedades”.

MARCAS FIGURATIVAS.

Las marcas figurativas, son aquellas que consisten en dibujos o figuras características que independientemente del nombre o denominación sirven para designar los productos a que se aplican, entonces se llaman figurativas, innominadas, sin denominación, visuales, gráficas o emblemáticas. A esta clase de marcas corresponden viñetas, diseños, figuras geométricas, emblemas, franja de colores, imágenes, firmas, escudos, monogramas, estampillas, letras y guarismos bajo especial y otros signos.¹⁷

Es decir, este tipo de marca es conocido por el público, por medio del sentido de la vista, grabándose en la mente, la figura o emblema de la marca de que se trate por medio de la memoria visual, así como de los colores que la distinguen cuando sea el caso, un ejemplo de estas marcas sería la del logotipo “Teléfonos de México”.

MARCAS MIXTAS.

La marca figurativa es más fácil de retener en la mente que la marca nominativa. Puede ser recordada aún por los analfabetas o por gente de países distintos a que pertenece el producto; y que estos hablen idiomas diferentes. Pero la marca figurativa no puede, como la nominativa, correr de boca en boca para designar el producto. Para suplir esa desventaja es frecuente que la contraseña

¹⁷ Rangel Medina, David Op. Cit; pág. 216

adoptada como marca se forme combinando el elemento nominativo con el elemento figurativo. La combinación de esas dos especies de marcas da lugar a las marcas mixtas; también llamadas compuestas.¹⁸

Las marcas mixtas pueden resultar de la combinación de un vocablo o locución con una figura; también pueden combinarse con palabras y colores; igualmente los elementos de la combinación pueden ser a la vez nombre, figura y colores.¹⁹

Podemos señalar que esta clase de marcas es la combinación de las marcas nominativas y figurativas.

MARCAS TRIDIMENSIONALES.

El artículo 89 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial; señala lo siguiente:

Pueden constituir una marca los siguientes signos:

II.-Las formas tridimensionales.

El artículo 53 del reglamento de dicha ley, se refiere a algunos objetos que se incluyen el término forma tridimensional, sin que constituya una definición:

“Para los efectos de lo dispuesto en el artículo 89 fracción II de la Ley de la Propiedad Industrial, queda incluido como formas tridimensionales los envoltorios, empaques, envases, la forma o la presentación de los productos”.

Luego entonces podemos señalar que las marcas tridimensionales, pueden ser constituidas por figuras o emblemas, entendiéndose que se trata de marcas

¹⁸ Rangel Medina, David Op. Cit; pág. 217 y 218

¹⁹ Rangel Medina, David Op. Cit; pág. 217

plásticas como son envases, frascos, un ejemplo de estas marcas sería el envase de Coca-Cola.

Sin embargo, de la lectura a los preceptos antes mencionándose desprende que nuestra legislación no proporciona una definición de lo que es una marca tridimensional si no que sólo especifica que la puede constituir.

MARCAS COLECTIVAS.

Estas consisten en el signo destinado a ser colocado sobre mercancías para indicar especialmente que han sido producidas o fabricadas por un grupo de personas o una localidad, región o país determinado. Encuentra su utilidad particular ahí donde los productos son reputados, pero donde las empresas particulares no son bastante importantes para soportar la carga de la marca individual y sobre todo el depósito y las persecuciones en el extranjero.²⁰

Así mismo el artículo 96 de la Ley de Propiedad Industrial; nos señala lo siguiente:

“Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marcas colectivas para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto a los productos de terceros”²¹

²⁰ Rangel Medina, David Op. Cit; pág. 157

²¹ Martín Achard, citado por Rangel Medina, David Op. Cit;

2.3 PRINCIPIOS QUE RIGEN EL REGIMEN MARCARIO.

PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD.

Junto al carácter distintivo, la novedad, la licitud y la veracidad del signo, se requiere el de la especialidad de la marca como una de las condiciones esenciales de la misma.

La marca es especial en el sentido de que se aplicará a la categoría de productos para los que ha sido creada. De aquí surge la regla general, según la cual la marca no puede registrarse para proteger, indeterminadamente, cualquier mercancía, ya que el alcance de la propiedad de una marca se limita a la protección de los productos para los que fue creada y registrada. Ello quiere decir que esa misma marca puede ser registrada por cualquier otra persona para distinguir productos de otra clase.²²

En nuestro país se aplica la clasificación internacional de bienes y servicios que consta de cuarenta y dos clases, de la uno a la treinta y cuatro ampara productos y de la treinta y cinco a la cuarenta y dos servicios (artículo 59 del Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial).

Un ejemplo del presente principio sería en el plano de la especialidad un comerciante depositara una marca que haya conquistado cierto éxito frente a la clientela, la depositara para productos de cualquier otra naturaleza y así aprovechara el éxito de la marca reproducida, sin haber asumido gastos publicitarios y sin haber adquirido ante la clientela ningún título de naturaleza especial para justificar su confianza.

²² Rangel Medina, David La Especialidad de la Marca en la Jurisprudencia Mexicana. Revista Mexicana de la Propiedad Industrial y Artística. Julio- Diciembre 1972, México D.F. pág 183

PRINCIPIO DE TERRITORIALIDAD.

En el ámbito territorial una marca sólo está protegida en los límites del territorio del país, donde ha sido depositada. Fuera de ese territorio es una res nullius que no importa quien se pueda apropiar.²³

Es decir, el principio de territorialidad, según el cual el ámbito de validez de su registro corresponde al territorio nacional; sus efectos no son para una zona o región del país, pero tampoco rebasan sus fronteras.²⁴

El artículo 128 de la Ley de la Propiedad Industrial, señala que la marca deberá usarse en el territorio nacional, como fue registrada o con modificaciones que no alteren su carácter distintivo.

Debemos entender que la aplicación estricta al principio de territorialidad, puede producir fraudes y abusos que se deben prevenir, un ejemplo de un fraude se da en el siguiente caso que señalo a continuación:

En el plano de la territorialidad, un comerciante aprovechará aquello que del derecho sobre una marca extranjera todavía, no ha sido apropiado en su propio país, para depositar esa marca a su nombre y servirse indudablemente de la celebridad o de la publicidad que puede ser hecha a su favor. El depósito internacional de las marcas previsto por el arreglo de Madrid, ha limitado el campo de tales posibilidades. Sin embargo, éstas todavía son frecuentes, porque habiendo un número de países adheridos a la Convención de Madrid, sólo son una minoría las marcas que están depositadas internacionalmente.²⁵

²³ Chavane, Albert Op. cit; pág. 339

²⁴ Rangel Medina, David Op.cit; pág. 56

²⁵ Rangel Medina, David Op. Cit; pág 57

2.4 EL REGISTRO DE LA MARCA COMO FUENTE DE DERECHO.

ADQUISICIÓN DEL DERECHO.

Nuestra legislación mexicana considera, como fuente del derecho a la marca, el uso de la misma, así como al registro de ésta, pero el derecho de exclusividad sobre el signo Marcario sólo se obtiene mediante su registro.

El artículo 87 de la Ley de Propiedad Industrial, señala que los industriales, comerciantes o prestadores de servicios, podrán hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten, sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Es decir, que para la explotación de una marca, es necesario el registro de la marca ante el instituto, quien deberá revisar al momento del registro que ésta no se encuentre registrada o que afecte derechos de terceros.

2.5 EL USO DE LA MARCA COMO FUENTE DEL DERECHO.

Señala el artículo 117 de la Ley de Propiedad Industrial que al uso se le atribuyen efectos jurídicos, por sobre el registro de una marca, en los siguientes casos:

- 1.- Un tercero que de buena fe, explota en el territorio nacional la misma marca u otra semejante en grado de confusión para los mismos o similares productos o servicios, siempre y cuando el tercero hubiese empezado a usar la marca, de manera ininterrumpida, antes de la fecha de presentación de la solicitud de registro o del primer uso declarado de ésta. El tercero tendrá derecho a solicitar el registro de la marca, dentro de los tres años siguientes al día en que fue

publicado el registro, en cuyo caso deberá tramitar y obtener previamente la declaración de nulidad de éste y,

En la presente fracción, aunque se trate de un tercero de buena fe, no deja de ser una práctica desleal, que le causa un perjuicio patrimonial al titular de la marca.

- 2.- Cualquier persona que comercialice, distribuya, adquiera o use el producto al que se aplica la marca registrada, luego de que dicho producto hubiera sido introducido lícitamente en el comercio por el titular de la marca registrada o por la persona a quien se le haya concedido la licencia.

Que comprendido en este supuesto la importación de los productos legítimos a los que se aplica la marca, que realice cualquier persona para su uso, distribución o comercialización en México, en los términos y condiciones que señale el reglamento de esta ley, y

- 3.- Una persona física o moral que aplique su nombre, denominación o razón social a los productos que elabore o distribuya, a los servicios que presente, o a sus establecimientos, o lo use como parte de su nombre comercial, siempre que lo aplique en la forma en que esté acostumbrado a usarlo y que tenga caracteres que lo distingan claramente de un homónimo ya registrado como marca o publicado como nombre comercial.

La realización de cualquier actividad contemplada en el presente artículo no constituirá infracción administrativa o delito en los términos de esta ley.

La fracción segunda del presente numeral al permitir el supuesto contemplado en el mismo, da origen a casos de prácticas desleales, pues al permitir la importación de productos de una marca semejante, ya sea por otro licenciataria, aún que éste tenga la facultad de importarla, le causa un daño

patrimonial al primer importador de la marca ya que este efectúa gastos de publicidad y propaganda de la marca, así como de gastos que genera la introducción de un producto al mercado y que el otro importador se ve beneficiado.

Por otra parte, la fracción tercera de dicho artículo, al permitir que se utilice el nombre de una marca registrada siempre que no se trate de un producto semejante al de una marca registrada, trae como consecuencia que se origine confusión entre los productos aprovechando la publicidad de la otra marca.

Otro caso que señala el artículo 117 de la Ley de Propiedad Industrial, se da cuando se solicita un registro de marca en México, dentro de los plazos que determinen los Tratados Internacionales, o en su defecto, dentro de los seis meses siguientes de haberlo hecho en otros países, podrá reconocer como fecha de prioridad la de presentación de la solicitud en que lo fue primero.

En nuestro país opera el sistema mixto, es decir que se requiere el uso y el registro de la marca.

2.6 MARCAS REGISTRABLES.

Siguiendo los principios universalmente pregonados por la doctrina y por la mayoría de las leyes extranjeras, la Ley mexicana presenta en primer término las reglas generales que permiten saber que signo puede constituir una marca. Se trata de los que dan satisfacción a las condiciones o funciones, caracteres esenciales y secundarios de la marca. En efecto puede constituir una marca: las denominaciones y signos visibles, suficientemente distintivos y cualquier otro medio susceptible de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase. También son

susceptibles de utilizarse como marcas los nombres comerciales y razones sociales.²⁶

El artículo 89 de la Ley de Propiedad Industrial, dispone lo siguiente: para la protección de una determinada marca, su uso exclusivo, se debe obtener mediante su registro, de acuerdo a nuestra legislación señala que puede constituir una marca lo siguiente:

- I.- Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;
- II.- Las formas tridimensionales;
- III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente, y
- IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial.

Este artículo, señala las marcas que pueden ser registradas en nuestro país, artículo que considero que comprende todos los tipos de marcas posibles a registrar.

MARCAS NO REGISTRABLES.

EL ARTÍCULO 90 DE LA Ley de Propiedad Industrial señala cuales son las marcas que no son registrables:

- I.- Las denominaciones o figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes, que se expresen de manera dinámica, aún cuando sean visibles;

²⁶ Rangel Medina, David Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual. Ed. U.N.A.M México 1991. Pág. 51

-
- II.- Los nombres técnicos de uso común de los productos o servicios que pretenda ampararse con la marca, así como aquellas palabras que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en la designación usual o genérica de los mismos;
 - III.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de originalidad que las distinga fácilmente, así como la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su naturaleza o función industrial;
 - IV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como marca.

Quedan incluidas en el supuesto anterior las palabras descriptivas o indicativas que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción;

- V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de elementos tales como signos, diseños o denominaciones, que les den un carácter distintivo;
- VI.- La traducción a otros idiomas, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables;
- VII.- Las que reproduzcan o imiten, sin autorización, escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes, así como las denominaciones, siglas, símbolos o emblemas de organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;
- VIII.- Las que reproduzcan o imiten signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un estado, sin autorización de la autoridad competente, o moneda, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier otro medio oficial de pago nacional o extranjero;

-
- IX.- Las que reproduzcan o imiten los nombres o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;
 - X.- Las denominaciones geográficas, propias comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia;
 - XI.- Las denominaciones de poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos, excepto los nombres de lugares de propiedad particular, cuando estos sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario;
 - XII.- Los nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, en su orden, del cónyuge, parientes consanguíneos en línea recta y por adopción, y colaterales, ambos hasta el cuarto grado;
 - XIII.- Los títulos de obras intelectuales o artísticas, así como los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización, los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos, a menos que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente;
 - XIV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, susceptibles de engañar al público o inducir al error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios que pretendan amparar;
 - XV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el instituto estime notoriamente

conocida en México, para ser aplicables a cualquier producto o servicio.

Se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea una marca en relación con sus productos o servicios, así como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.

A efecto de demostrar la notoriedad de la marca, podrá emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta ley.

Este impedimento procederá en cualquier caso en que el uso de la marca con quien solicita su registro, pudiese crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida, o constituya un aprovechamiento que cause el desprestigio de la marca. Dicho impedimento no será aplicable cuando al solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

- XVI.- Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra que se tramite de registro presentada con anterioridad a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios.

Sin embargo, si podrá registrarse una marca idéntica a otra ya registrada, si la solicitud es planteada por el mismo titular, para aplicarla a productos o servicios similares, y

- XVII.- Una marca que sea idéntica o semejante 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.

En el presente numeral se señalan algunos casos de prácticas comerciales internacionales, que tienen con fin una competencia desleal, si abarcar todos los casos que se presentan en la actualidad de prácticas internacionales desleales, por lo que considero necesario modificar el presente artículo o bien revocarlo y señalar otro que contemple todos y cada uno de los casos de competencia desleal que se presenten en las prácticas comerciales internacionales.

REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE LA MARCA.

El artículo 113 de la Ley de Propiedad Industrial, señala que para obtener el registro de una marca deberá presentarse solicitud por escrito ante el instituto con los siguientes datos:

- I.- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante;
- II. El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, innominado, tridimensional o mixto;
- III.- La fecha de primer uso de la marca, la que no podrá ser modificada ulteriormente, o la mención de que no se ha usado la marca, y
- IV.- Los demás que prevenga el reglamento de esta Ley.

Además de los requisitos señalados en el artículo anterior, el artículo 56 del Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial, señala que en la solicitud de registro de marca, además de los datos señalados en el artículo 113 de la ley, deberá indicarse:

-
- I.- Cuando se conozca el número de la clase a que correspondan los productos o servicios para los que se solicita el registro, de conformidad con la clasificación establecida en este reglamento;
 - II.- Las leyendas y figuras que aparezcan en el ejemplar de la marca cuyo uso no se reserva, y

Por el solo hecho de presentar la solicitud de registro, se entenderá que el solicitante se reserva el uso exclusivo de la marca, tal y como aparezca en el ejemplar de la misma que se exhiba adherido a la propia solicitud, con excepción de las leyendas y figuras a que se refiere la fracción II anterior. Tratándose de marcas nominativas, se entenderá que el solicitante se reserva el uso exclusivo de la marca en cualquier tipo o tamaño.

La solicitud se presentará en tres ejemplares. La firma autógrafa del solicitante deberá aparecer en todos los ejemplares.

En su caso, un ejemplar de la marca deberá adherirse en cada uno de los tantos de la solicitud, y

- III.- Ubicación del o de los establecimientos o negociaciones relacionadas con la marca.

En la práctica estos requisitos se revisan durante el trámite de registro en la etapa conocida como primer examen o examen administrativo, en el que se verifica que se hayan cumplido debidamente, pues en su caso la autoridad administrativa lo requerirá para que se cumpla.

ANEXOS DE LA SOLICITUD.

El artículo 114 de la Ley de Propiedad Industrial señala que a la solicitud de registro de la marca deberá acompañarse el comprobante del pago de las tarifas

correspondientes al estudio de la solicitud, registro y expedición del título, así como los ejemplares de la marca cuando sea innominada, tridimensional o mixta.

TRAMITE DE LA SOLICITUD DE REGISTRO

Señala la Ley de Propiedad Industrial, en cuanto a los trámites para el registro de una marca lo siguiente:

El artículo 113 de dicha ley, señala que el registro de una marca deberá presentarse mediante solicitud por escrito ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Artículo 119 de la Ley de Propiedad Industrial manifiesta que recibida la solicitud, se procederá a efectuar un examen de forma de ésta y de la documentación exhibida, para comprobar si se cumplen los requisitos que previene ésta ley y su reglamento.

Concluido el examen de forma, se procederá a realizar el examen de fondo, a fin de verificar si la marca es registrable en los términos de esta ley.

El artículo 122 de la mencionada ley, señala que si la solicitud o la documentación exhibida no cumple con los requisitos legales o reglamentarios; si existe algún impedimento para el registro de la marca o existen anterioridades, el Instituto lo comunicará por escrito al solicitante otorgándole un plazo de dos meses para que subsane los errores u omisiones en los que hubiese incurrido y manifieste lo que a su derecho convenga en relación con los impedimentos y las anterioridades citadas. Si el interesado no contesta dentro del plazo concedido, se considera abandonada su solicitud.

Así mismo, el interesado tendrá un plazo adicional de dos meses para cumplir con los requisitos a que se refiere el artículo anterior, sin que medie

solicitud y comprobando el pago de la tarifa que corresponda al mes en que se dé cumplimiento.

El plazo adicional se contará a partir del día siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en el artículo 122.

La solicitud se tendrá por abandonada si el solicitante no da cumplimiento a los requerimientos formulados dentro del plazo inicial o en el adicional a que se refiere este artículo, o no presenta el comprobante de pago de las tarifas correspondientes.

Considero que después de la lectura de los preceptos legales antes invocados, que hablan de la presentación de la solicitud de registro de una marca, no queda duda para su presentación así como de la tramitación de la misma.

TITULO DEL REGISTRO MARCARIO.

El artículo 126 de la Ley de la Propiedad Industrial señala que el Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título un ejemplar de la marca y en el mismo se hará constar:

- I.- Número de registro de la marca;
- II.- Signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativa, innominada, tridimensional o mixta;
- III.- Productos o servicios a que se aplicará la marca;
- IV.- Nombre y domicilio del titular;
- V.- Ubicación del establecimiento, en su caso;
- VI.- Fecha de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición, y
- VII.- Su vigencia.

Este registro servirá al titular de la marca, para los casos en que un tercero use una marca similar que pueda ocasionar confusión entre el público consumidor.

2.7 VIGENCIA DE LAS MARCAS.

El artículo 95 de la Ley de la Propiedad Industrial, señala que el registro de la marca tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por periodos de la misma duración.

MARCAS NOTORIAS.

La teoría de las marcas notorias o de alto renombre tiene precisamente por objeto limitar ambos inconvenientes, como lo son: el principio de especialidad y el principio de territorialidad. Teoría consagrada por el artículo 6 bis del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.²⁷

- 1.- Marcas Notoriamente Conocidas. Los países de la Unión (Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia.) se comprometen, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptible de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país del registro o del uso estimarse ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca de una persona que puede beneficiarse al presente convenio y utilizada para productos idénticos o similares. Ocurrirá lo mismo cuando la parte esencial de la marca constituye la

²⁷ Chavanne Albert, Op. Cit; pág 340

reproducción de tal marca notoriamente conocida o una imitación susceptible de crear confusión con ésta.

- 2.- Deberá conceder un plazo mínimo de cinco años a partir de la fecha de registro para reclamar la anulación de dicha marca. Los países de la Unión tienen la facultad de prever un plazo en el cual deberá ser reclamada la prohibición del uso.
- 3.- No se fijará plazo para reclamar la anulación o la prohibición del uso de las marcas registradas o utilizadas de mala fe. (Artículo 6 bis del Convenio de París).

Así mismo el artículo 90 fracción XV de la Ley de Propiedad Industrial señala "... se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o del los círculos comerciales desarrollados en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios, así como el conocimiento que se tenga de la marca en el territorio, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma."

"A efecto de demostrar la notoriedad de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta ley..."

Podemos señalar como un ejemplo de las marcas notoriamente conocidas COCA COLA, misma a la que si le fuera aplicado en estricto derecho tanto el principio de especialidad como el de territorialidad, sería afectada en cuanto a la explotación de su publicidad y propaganda en algunos países, dado que ambos principios dan lugar a la práctica desleal.

2.8 AMBITO DE EFICACIA DEL REGISTRO DE LAS MARCAS.

El ámbito de eficacia del registro Marcario, se refiere al ámbito de protección de una determinada marca, limitado únicamente al país o estado en que fue otorgado el registro Marcario.

En México, para ejercer el derecho exclusivo de una marca, se obtiene mediante el registro ante el Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, atendiendo a los Convenios y Tratados Internacionales celebrados entre México y diversos países.

2.9 LICENCIA DE MARCAS.

El artículo 136 de la Ley de Propiedad Industrial, señala que el titular de una marca registrada o en trámite podrá conceder, mediante convenio, licencia o uso a una o más personas, con relación a todos o algunos de los productos o servicios a los que se aplique dicha marca. La licencia deberá ser inscrita en el Instituto para que pueda producir efectos en perjuicio de terceros.

Podemos señalar que la licencia es el permiso que otorga el titular del registro de una marca, a un tercero para que ésta pueda ser usada por éste, siempre y cuando llene las especificaciones de contenido y calidad de dicha marca.

TRAMITE DE INSCRIPCION ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

El artículo 137 de la Ley de Propiedad Industrial, señala que para inscribir una licencia en el Instituto bastará formular la solicitud correspondiente en los términos que fije el reglamento de dicha ley. (Artículo 11 del reglamento de la Ley de Propiedad Industrial).

Podrá solicitarse mediante una sola promoción la inscripción de licencia de derechos relativos a dos o más solicitudes en trámite o a dos o más marcas registradas cuando el licenciante y el licenciatario sean los mismos en todos ellos. El solicitante deberá identificar cada una de las solicitudes, o registros en los que se hará la inscripción. Las tarifas correspondientes se pagarán en función del número de solicitudes, o registros involucrados.

Independientemente de lo señalado anteriormente, se deben de cubrir los requisitos de inscripción de la marca.

2.10 MARCO JURIDICO NACIONAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

- LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.
- REGLAMENTO DE LA LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL
- LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR.
- REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DEL DERECHO DE AUTOR.
- DECRETO POR EL QUE SE CREA EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
- REGLAMENTO DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
- ESTATUTO ORGANICO DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
- 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.

-
- ACUERDO POR QUE SE SEÑALAN LOS DIAS DEL AÑO 2001 EN LOS QUE EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL SUSPENDERA LOS SERVICIOS DE ATENCION AL PUBLICO.
 - ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCER LOS HORARIOS DE TRABAJO DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
 - ACUERDO POR EL QUE SE CREA LA COMISION INTERSECRETARIAL PARA LA PROTECCION, VIGILANCIA Y SALVAGUARDA DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL.
 - ACUERDO QUE ESTABLECE LAS REGLAS PARA LA PRESENTACION DE SOLICITUDES ANTE EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
 - ACUERDO POR EL QUE SE ESTABLECEN LOS PLAZOS MAXIMOS DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
 - ACUERDO POR EL QUE SE DAN A CONOCER LOS TRAMITES INSCRITOS EN EL REGISTRO FEDERAL DE TRAMITES EMPRESARIALES QUE APLICAN LA SECRETARIA DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL Y SU SECTOR COORDINADO.
 - ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCE LA TARIFA POR LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
 - ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCE LA LISTA DE INSTITUCIONES RECONOCIDAS POR EL INSTIUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL PARA EL DEPOSITO DE MATERIAL BIOLOGICO.
 - REGLAMENTO DE LA LEY FEDERAL DE VARIEDADES VEGETALES.
 - LEY ADUANERA.

-
- CODIGO PENAL FEDERAL.
 - ACUERDO POR EL QUE SE DETERMINAN LA ORGANIZACION, FUNCIONES Y CIRCUNSCRIPCION DE LAS OFICINAS REGIONALES DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.
 - ACUERDO POR EL QUE SE DA A CONOCER EL DIVERSO QUE ADICIONA LA TAIFA POR LOS SERVICIOS QUE PRESTA EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

2.11|MARCO JURIDICO INTERNACIONAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

- CONVENIO DE PARIS PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.(Acta de Estocolmo de 1967)
Adoptado el 14 de julio de 1967.
Vigente en México desde el 26 de julio de 1976.
- ARREGLO DE LISBOA RELATIVO A LA PROTECCION DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y SU REGISTRO INTERNACIONAL.
De 1958 (Acta de Estocolmo de 1967)
Adoptado el 14 de julio de 1967
Vigente en México desde el 26 de enero de 2001.
- REGLAMENTO DEL ARREGLO DE LISBOA RELATIVO A LA PROTECCION DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN Y SU REGISTRO INTERNACIONAL. (Acta de Lisboa)
Adoptado el 31 de octubre de 1958.
Vigente en México desde el 25 de septiembre de 1966.
- TRATADO DE NAIROBI SOBRE LA PROTECCION DEL SIMBOLO OLIMPICO.

-
- ARREGLO DE NIZA RELATIVO A LA CLASIFICACION INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL REGISTRO DE MARCAS de 1957.

Vigente en México desde el 21 de marzo de 2001.

- TRATADO DE BUDAPEST SOBRE EL REONOCIMIENTO INTERNACIONAL DEL DEPOSITO DE MICROORGANISMOS A LOS FINES DEL PROCEDIMIENTO EN MATERIA DE PATENTES de 1977.

Adoptado el 28 de abril de 1977.

Vigente en México desde el 21 de marzo de 2001.

- CONVENIO DE BERNA PARA LA PROTECCION DE LAS OBRAS LITERARIAS Y ARTISTICAS de 1886.

Adoptado el 24 de julio de 1971.

Vigente en México desde el 24 de enero de 1975.

- CONVENIO DE ROMA SOBRE LA PROTECCION DE LOS ARTISTAS INTERPRETES O EJECUTANTES, LOS PRODUCTORES DE FONOGRAMAS Y LOS ORGANISMOS DE RADIODIFUSION.

Adoptado el 26 de octubre de 1961.

Vigente en México desde el 27 de mayo de 1964.

- CONVENIO DE GINEBRA PARA LA PROTECCION DE LOS PRODUCTORES DE FONOGRAMAS CONTRA LA REPRODUCCION NO AUTORIZADA DE SUS FONOGRAMAS.

Adoptado el 29 de octubre de 1971.

Vigente en México desde el 8 de febrero de 1974.

- CONVENIO DE BRUSELAS SOBRE LA DISTRIBUCION DE SEÑALES PORTADORAS DE PROGRAMAS TRANSMITIDAS POR SATELITE.
- TRATADO DE LA OMPI SOBRE DERECHO DE AUTOR.

Adoptado el 20 de diciembre de 1996.

México es país signatario y ya lo ratificó, pero el tratado aún no entra en vigor.

- TRATADO DE LA OMPI SOBRE INTERPRETACION O EJECUCION Y FONOGRAMAS.

Adoptado el 20 de diciembre de 1996.

México es país signatario y ya lo ratificó, pero el tratado aún no entra en vigor.

- ACUERDO SOBRE LOS ASPECTOS DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO.

(Anexo 1C del Acuerdo de Marrakech por el que se establece la Organización Mundial de Comercio) de 1994.

Firmado el 15 de abril de 1994 (Acta Final de la Ronda de Uruguay de Negociaciones Comerciales Multilaterales)

Vigente en México desde el 1 de enero de 2000.

- ACUERDO ENTRE MEXICO Y LA UNIO EUROPEA CONCERNIENTE AL RECONOCIMIENTO MUTUO Y PROTECCION DE LAS DENOMINACIONES EN ELSECTOR DE LAS BEBIDAS ESPIRITUOSAS.

Firmado el 27 de mayo de 1997.

Vigente en México desde el 28 de agosto de 1997

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE ENTRE CANADA, ESTADOS UNIDOS Y MEXICO.

(Capítulo XVII Propiedad Intelectual)

Firmado el 17 de diciembre de 1992

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 8 de diciembre de 1993

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 20 de diciembre de 1993

Vigente en México desde el 1 de enero de 1994.

-
- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y COSTA RICA.

(Capítulo XIV Propiedad Intelectual)

Firmado el 5 de abril de 1994

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 10 de enero de 1995

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 10 de enero de 1995

Vigente en México desde el 1 de enero de 1995.

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO DEL GRUPO DE LOS TRES INTEGRADO POR, MEXICO, COLOMBIA Y VENEZUELA.

(Capítulo XVIII Propiedad Intelectual)

Firmado el 13 de junio de 1994

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 16 de diciembre de 1994

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 9 de enero de 1995

Vigente en México desde el 1 de enero de 1995.

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA REPUBLICA DE BOLIVIA.

(Capítulo XVI Propiedad Intelectual)

Firmado el 10 de septiembre de 1994

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 28 de diciembre de 1994

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 11 de enero de 1995

Vigente en México desde el 1 de enero de 1995.

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE EL GOBIERNO DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA REPUBLICA DE NICARAGUA.

(Capítulo XVII Propiedad Intelectual)

Firmado el 18 de diciembre de 1997

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 26 de mayo de 1998

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 1 de junio de 1998

Vigente en México desde el 2 de julio de 1998

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA REPUBLICA DE CHILE.

(Capítulo XV Propiedad Intelectual)

Firmado el 17 de abril de 1998

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 30 de diciembre de 1998

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 28 de julio de 1999

Vigente en México desde el 30 de julio de 1999.

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE MEXICO Y LA UNION EUROPEA.

(Título IV. Propiedad Intelectual. Acuerdo Global y Título V Mecanismo de Consulta. Acuerdo Interino)

Firmado el 23 y 24 de febrero 2000

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 6 de junio de 2000.

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 26 de junio de 2000

Vigente en México desde el 1 de octubre de 2000

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y EL ESTADO DE ISRAEL.

Firmado el 10 de abril de 2000

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 2 de junio de 2000

Decreto promulgatorio publicado en el DOF el 28 de junio de 2000

Vigente en México desde el 1 de junio de 2000

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, GUATEMALA, HONDURAS Y EL SALVADOR.

(Capítulo XVI) Firmado el 29 de junio de 2000

Decreto aprobatorio publicado en el DOF el 19 de enero de 2001

Vigente en México desde el 1 de enero de 2001

- TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS Y LA ASOCIACION EUROPEA DE LIBRE COMERCIO.

Firmado el 27 de noviembre de 2000.

- DECLARACION MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

CAPITULO III.

TEORIAS FUNDAMENTALES DE LAS MARCAS Y EFECTOS JURIDICOS DE SUS DIVERSAS FUNCIONES.

3.1 TEORIAS.

- a) Teoría de la Propiedad Intelectual.
- b) Teoría de la Personalidad.
- c) Teoría de la Propiedad Inmaterial.
- d) Teoría de los Derechos Inmateriales.
- e) Teoría de los Derechos de Monopolios.

TEORIA DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL.

La teoría de los derechos intelectuales se dio a conocer por primera vez el 7 de enero de 1874, por el jurista Edmundo Picard; quien a su vez es el autor de la ley Belga de Derechos de Autor.

Picard menciona que la definición de todo derecho aislado se forma de cuatro elementos fundamentales:

- a) Un titular,
- b) El objeto;
- c) La relación entre el sujeto y el objeto;
- d) La protección jurídica.

El titular es el sujeto al cual el derecho le pertenece y le beneficia.

El objeto es la cosa o cosas en relación con las cuáles el titular o sujeto de derecho ejerce su prerrogativa jurídica o sea que se refiere a aquellas cosas que son susceptibles de ser aprovechadas y adquiridas por el hombre conforme a derecho.

La relación jurídica es aquella relación que se da entre el sujeto y el objeto y que establece la forma en que el sujeto se beneficia con el objeto.

La protección jurídica que se refiere a la coerción o presión gubernamental para proteger cualquier derecho; hacerlo respetar o restablecerlo, ya sea por vía de acción o de excepción.

Así mismo Picard, indica que hasta tiempos remotos sólo había tres categorías de derechos:

- 1.- Los Derechos Personales, los cuales comprenden la patria potestad, la mayoría de edad, el estado de interdicción, el matrimonio, etc.
- 2.- Los Derechos obligacionales, como la compra venta o el arrendamiento, el préstamo, el mutuo, etc.
- 3.- Los Derechos reales como son la propiedad, la posesión, el usufructo, etc.

A estas categorías, agrega una cuarta que son los Derechos Intelectuales, y es aquí donde se comprenden los derechos de autor, las patentes, las marcas, etc. Y al respecto sostiene que los derechos intelectuales deben ser regidos por un régimen diferente al de los derechos reales.²⁸

Más tarde este jurisconsulto, agrega una nueva categoría referente a los Derechos Universales; como las sucesiones, la quiebra, etc.

²⁸ Citado por Nava Negrete, Justo Op. Cit; pág 126

Sin embargo existen autores como George de Ro, Moisse Amar y Nava Negrete; quienes consideran que la teoría de Picard es errónea al tratar de enmarcar las marcas dentro de la categoría o división de los Derechos Intelectuales, en virtud de que las marcas no son verdaderas y propias creaciones intelectuales, es decir no constituyen el fruto o resultado de un esfuerzo intelectual.

En este contexto Mendieta, hace una crítica severa en contra de la teoría del derecho intelectual al afirmar: “ es erróneo incluir entre los derechos intelectuales, derechos tan disímiles como el derecho de autor y el derecho de marca. El derecho de autor y el derecho de marca se refieren a bienes inmateriales y no a bienes intelectuales”.²⁹

Y agrega que el valor de la marca reside en la importancia que tiene en la vida del hombre como parte de un ambiente social y económico (orientar al consumidor hacia los productos y obtener más ganancias).

Si aplicamos esta teoría al derecho Marcario actual podemos considerar que el titular es el propietario de la marca, el objeto es la marca; la relación es el derecho que el titular de la marca tiene sobre esta misma, y la protección jurídica es la aplicación de la ley y la observancia del Estado a esa aplicación.

Podemos decir que dentro de los Derechos Obligatorios, a los que Picard hace mención, se encuentra la enajenación del producto o servicio que la marca distingue. Sin embargo, como se concluía anteriormente, en dicha enajenación no se incluye la enajenación de los derechos del titular de esta.

Ahora bien, podemos incluir a la marca en el tercer punto “derechos reales”, ya que el titular de esta puede usar, gozar y disponer de la misma, como aquel que tiene la propiedad de un bien material, un bien tangible.

²⁹ Op. Cit; pág 143

TEORIA DE LA PERSONALIDAD.

La naturaleza jurídica de las marcas consideradas como derecho de la personalidad, es sustentada por el alemán Joseph Kohler, en el año de 1875 en sus obras "La Idea de la Propiedad Intelectual y Derechos de Autor".

Menciona, que "el derecho a la marca es un derecho de la personalidad, como el derecho a la integridad corporal, a la libertad, a la defensa del nombre, etc. Y agrega que la marca es un signo distintivo de la persona que fabricó la mercancía, es decir que la marca es el medio de manifestación del creador; ella es la expresión de la actividad productora del productor. Así mismo es más que un medio que permite fijar la procedencia de una mercancía, de una cierta persona o empresa y por ende el derecho a la marca no es disociable de la persona".³⁰

Al respecto el autor italiano Agustín Ramella, citado por Nava Negrete; sostiene que la marca no es sino un signo distintivo que carece de valor, cuando se abstiene del sujeto a que pertenece, es pues un atributo personal, es decir que las marcas aún cuando se vinculen a un establecimiento o acompañen a un producto, no quedan sino como exponentes de la actividad individual de un individuo.

Sin embargo Raymundo Salvat critica severamente dicha teoría señalando que "los derechos de la personalidad son aquellos destinados a proteger el reconocimiento, la integridad y el libre desenvolvimiento de la personalidad humana, tanto en su aspecto físico, moral e intelectual.

Evidentemente estos derechos no tienen un carácter patrimonial, en cambio, el derecho de las marcas si participa de ese carácter, pues las marcas están en el comercio humano en cambio los derechos de la personalidad son irrenunciables".³¹

³⁰ Citado por Nava Negrete, Justo. Op. Cit; pág 129

³¹ Ibidem

Resulta interesante el estudio de esta teoría, sin embargo no considero a la marca como un atributo de la personalidad. Aunque esta lleve plasmado en sí misma la actividad desarrollada por el productor o prestador del servicio, o la esencia del mismo en el desarrollo de su actividad. Y como sabemos los derechos de la personalidad no son sujetos del comercio y la marca nace de la necesidad de diferenciar los productos que circulan en el mismo; señalando que en el mismo sentido el titular de la marca al disponer de la misma puede obtener un lucro, comercializarla, cosa que no sucede con los atributos de la persona.

TEORIA DE LA PROPIEDAD INMATERIAL.

La teoría de la propiedad inmaterial es representada por el jurista italiano Francesco Carnelutti, quien compara el contenido de la propiedad inmaterial con el derecho de la personalidad como derecho absoluto, colocando a este último frente al derecho de propiedad.

Manifiesta el autor; que para él los derechos absolutos o primarios se dividen en:

- 1.- El derecho de la personalidad, que es aquel que se ejerce sobre la propia persona, y
- 2.- El derecho de propiedad que es el que se ejerce sobre las cosas del mundo exterior.

Este derecho tiene a su vez dos manifestaciones: el derecho de propiedad material, que se ejerce sobre las porciones de la naturaleza en cuanto sirven a las necesidades del hombre; y el derecho de la propiedad inmaterial, que se refiere a las ideas entendidas como porciones del pensamiento desprendidas de su fuente,

incluyéndose dentro de esta, tanto los derechos de autor como los derechos de marca.³²

Sin embargo Carnelutti hace incapie en que entre estos derechos tan poco semejantes surge una confusión entre el bien y el interés; entendiendo por el primero aquella porción individual del mundo exterior sobre la que puede ejercitarse el goce del hombre para satisfacer una necesidad. Y el segundo aquella posición favorable que permite un mejor disfrute de un bien. De tal manera la marca no es un bien, si no un interés. Y agrega que dicho signo distintivo no tiene una tutela legal independiente de la tutela de la hacienda.

Al respecto Ferrara y Nava Negrete, censuran la concepción de que el derecho a la marca no es otra cosa que un aspecto del derecho sobre la hacienda o empresa; pues consideran que en un principio el aviamiento es una cualidad y no un elemento de la empresa y es cuestionable su protección jurídica propia e independiente de la empresa. Además abunda la marca no está en función de la empresa , si no en función de los productos o servicios que distingue; toda vez que el titular de una marca, puede transmitir dicho derecho sin necesidad de transmitir la empresa.³³

TEORIA DE LOS DERECHOS INMATERIALES.

Joseph Kolher, es uno de los protagonistas de la teoría de los derechos inmateriales; y respecto de los cuales manifiesta que los derechos inmateriales no se reconocen por el respeto que se debe a la personalidad del titular, sino más bien por convivencia social. Conviene a la sociedad reconocer y proteger los derechos inmateriales.

³² Ibidem

³³ Citado por Mendieta R. Sonia Op. Cit pag 144.

En el caso específico de la marca, Kohler cree que, la marca es un bien inmaterial, producto del trabajo del hombre, que se protege por que el momento cultural dado exige que se ampare el valor económico que representa.³⁴

Al respecto Enneccercus, dice que, “ los productos del espíritu humano tienen en nuestra vida económica, una significación autónoma, independiente de las cosas, en las cuales cobran su manifestación sensible. Una obra literaria o musical, un invento, una marca o un modelo en virtud de las ideas o sentimientos a ella incorporados, se nos presentan como algo independiente que encierra un valor en sí mismo, dicho con otras palabras: es un bien adecuado para servir a los intereses humanos. A estos bienes los llamamos “Bienes Inmateriales”. El derecho ha reconocido derechos a la exclusiva disposición sobre las obras del espíritu, principalmente a su aprovechamiento económico mediante su multiplicación, reproducción, ejecución, etc. Estos derechos se denominan derechos sobre bienes inmateriales, o bien, toda vez que pertenecen por de pronto al autor, derechos de autor. No cabe duda de su naturaleza de derechos subjetivos privados dentro del margen de las disposiciones de las leyes especiales como lo demuestran entre otros atributos de su transmisibilidad inter vivos y mortis causa y su protección por acción privada. Además son derechos patrimoniales. Pero tienen en común con otros derechos patrimoniales la circunstancia de no poder ser reducidos en todos los casos a un valor pecuniario. Más no son derechos reales, pues el producto del espíritu, por ejemplo la poesía, el invento, la sinfonía no es una cosa. Constituyen más bien una clase independiente dentro de los derechos patrimoniales.”³⁵

En este orden de ideas autores como Hensheimer y Achard, opinan que “el derecho a la marca, no recae sobre una cosa sino sobre un bien de naturaleza inmaterial, constituyendo por ende un derecho absoluto sobre dichos bienes”.NO

³⁴ Ibidem.

³⁵ Citado por Nava Negrete, Justo Op. Cit; pág 134

Finalmente el italiano Franceschelli, establece un juicio desfavorable a dicha teoría, afirmando que “la teoría de los derechos inmateriales no tiene valor alguno, ya que si bien es cierto, la expresión derechos inmateriales explica la naturaleza del bien, también lo es que cuando se quiere explicar la naturaleza del derecho, se completa la fórmula diciendo que se trata de derechos de propiedad sobre cosas inmateriales, considerando dicho autor tal expresión como dominical”.³⁶

TEORIA DE LOS DERECHOS DE MONOPOLIOS.

Este criterio ha sido expuesto por el tratadista italiano Franceschelli, quien sostiene que los derechos de Propiedad Industrial e Intelectual “son Derechos de Monopolio”.

A juicio de este autor, el contenido de los derechos de monopolio se compon de los elementos esenciales:

- a) El derecho de exclusividad del uso de la marca para distinguir determinados productos (función distintiva); y en consecuencia el titular del derecho lo tiene.
- b) El derecho de impedir que los terceros puedan utilizar dicha marca (o una marca similar o confundible), para distinguir productos del mismo género o afines (especialidad) en el ámbito del territorio del Estado (territorialidad) en donde tiene eficacia el registro de esa marca.

Este último punto constituye el derecho de exigir que nadie pueda impedir, obstaculizar o molestar al titular en el disfrute del bien objeto de su derecho, así también el derecho de impedir que los otros empleen su marca en relación a determinado producto, es decir, son derechos absolutos, sin embargo el autor

³⁶ Citado por Nava Negrete, Justo Op. Cit; pág 136

italiano señala que los derechos obligacionales carecen del carácter absoluto antes referido.

Los derechos de personalidad por su parte, adolecen del aspecto patrimonial y en los derechos reales es necesario la existencia de responsabilidad sobre la cual el derecho se apoya, lo que no ocurre en los derechos de propiedad industrial e intelectual. Por lo que propone que dichos derechos se comprendan en otra categoría.

Esta teoría la podemos considerar no idónea, en virtud de que nuestra carta magna en su artículo 28, párrafo primero dispone: “ En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijen las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.”

Y más aún cuando el mismo precepto, pero en su párrafo noveno se conceden privilegios a los autores y artistas para la producción de sus obras y los que para el uso exclusivo de sus inventos, se otorguen a los inventores y perfeccionadores de alguna mejora.

Sin embargo dicho precepto no se refiere a las marcas en particular.

3.2 FUNCIONES.

- a) Función de Distinción.
- b) Función de Protección.
- c) Función de Indicación de procedencia.
- d) Función Social o de Garantía de Calidad.
- e) Función de Propaganda.

Es importante saber las funciones de la marca ya que esto nos llevará a una mejor aplicación del concepto.

Históricamente la función de la marca se constreñía a identificar a la persona, el productor o el artista, más que al producto.

En la Edad Media, las marcas se utilizaron para designar la procedencia u origen de las mercancías.

Sin embargo, en la actualidad las funciones que se atribuyen a las marcas son muy variadas, de acuerdo con la doctrina son: a) Función de Distinción, b) Función de Protección, c) Función de indicación de procedencia, d) Función social o de Garantía de calidad, y e) Función de Propaganda.

FUNCION DE DISTINCION.

Esta función, resulta de la naturaleza misma de la marca, sirve ante todo dice Martín Achard, para distinguir un producto de otro producto del mismo género, ya sea que este último lleve otra marca o que no lleve ninguna.³⁷

La Ley de Propiedad Industrial, menciona el carácter diferenciador de las marcas en el artículo 88 que prescribe: “ Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado”.

Al respecto el argentino Otamedi, señala que “la verdadera y única función esencial de la marca es distinguir un producto o un servicio , de otros; lo que implica que la marca permita la distinción entre productos o servicios de una misma especie”.³⁸

³⁷ Citado por Rangel Medina, David. Op. Cti; pág 172.

³⁸ Op. Cit; pág 9

Conociendo las marcas el público consumidor, sabrá que producto escoger, sabiendo a su vez donde encontrará la marca que distingue el producto, misma que aparece en la etiqueta o rótulo que lleve el producto, aunque muchas veces la marca se forma con el nombre del comerciante. En consecuencia la marca tendrá una función de distinción de un producto o un servicio de otro, lo que permite su exclusividad e identificación con el cliente.

Abundando sobre la función de distinción de las marcas aludimos al concepto que sobre el particular enuncia el maestro César Sepúlveda: “ la marca permite distinguir los productos o los servicios de los de un competidor, y por lo tanto posibilita al industrial o al comerciante para conservar su crédito y orientar la elección del público hacia los artículos que elabora o expende”.³⁹

FUNCION DE PROTECCION.

Es función de la marca afirma Nava Negrete proteger al titular contra sus competidores y posibles usurpadores y permite tanto al fabricante como al comerciante lograr la confianza del consumidor, la confianza del público destinatario, en la protección del producto o servicio. En esta virtud la protección del consumidor constituye un interés social, ya que si afecta su economía, repercute en la economía del país.

Este interés social se encuentra protegido en el artículo 25 de la Constitución Federal, que se refiere a la rectoría económica del Estado. Por lo tanto es pertinente que el legislador en materia marcaria debe tomar en consideración el carácter social de las marcas, cuyo fin último debe beneficiar a la clase consumidora.

Rangel Medina al analizar la función de protección, acertadamente afirma que “desde el punto de vista del titular de la marca, ésta tiene por objeto protegerlo

³⁹ Op. Cit; pág 113

contra sus competidores. Ello permite al productor que sus productos sigan en el mercado y que pueda controlar su difusión”.⁴⁰

FUNCION DE INDICACION DE PROCEDENCIA.

En el concepto clásico legal de las marcas afirma el Doctor Rangel Medina, que la función de indicación de procedencia es esencial para dar al probable comprador una indicación sobre la procedencia de los productos”.⁴¹

La función de procedencia es una especie de certificado de origen, que indica precisamente el origen de la mercancía fabricada o del servicio prestado por determinada persona. Esta función es de gran interés para el consumidor, pues con ella obtiene el beneficio de los ciudadanos de la fabricación de la mercancía y le permite comprar con toda seguridad el producto o servicio.

Poulliet citado por Otamendi en su obra “El derecho de las marcas”, se refiere a la función de procedencia; al indicar que la marca es un medio material de garantizar el origen o simplemente la proveniencia de la mercadería a los terceros que la compran, en cualquier lugar y en cualquier mano en que se encuentran.”

Sin embargo, la macroeconomía y la comercialización nacional e internacional, han contribuido a minimizar la importancia de la función de origen o de procedencia de las marcas, lo que da lugar a que muchos casos el consumidor ignore la procedencia del producto.

⁴⁰ Op. Cit; pág 172

⁴¹ Ibidem

FUNCIÓN SOCIAL O DE GARANTÍA DE CALIDAD

En la actualidad, la mayoría de los autores admiten la función garantizadora de la marca, en virtud de que al público le importa menos conocer el nombre y origen del comerciante que volver a encontrar la mercancía que le conviene.

Según el suizo Martín Achard, quien denomina a esta función como “garantía de calidad”; nos dice que “el público está habituado a comprar ciertos productos, a recibir mercancías de una naturaleza especial, de un valor especial. La marca entonces, no sirve para garantizar el origen mismo del producto, sino su calidad.”⁴²

En este contexto Otamendi, señala que esta función es secundaria y que por medio de la cual un consumidor que vuelve a adquirir un producto; o solicita la presentación de un servicio lo hace porque desea encontrar la misma o mejor calidad que los productos o servicios que había adquirido con anterioridad.⁴³

Por su parte el maestro Nava Negrete afirma que, “gracias a la garantía de calidad, el consumidor tiene los medios para reconocer una marca particular como representación de una calidad constante de productos determinados.”⁴⁴

“Otros autores como Ferrara, Ramella y Ladas, establecen que esta función de garantía de calidad se torna en una verdadera institución de orden público, en virtud de que el consumidor se ve beneficiado de poder escoger entre mercancías semejantes la que más le agrada y asimismo en provecho del público en general, en relación con la higiene pública, la que explica las sanciones penales por violaciones de marcas.”

⁴² Citado por Rangel medina, David Op. Cit; pág 177

⁴³ Op. Cit; pág 10

⁴⁴ Op. Cit; pág 155

“La marca cumple con una función de indicación de calidad porque el interés del consumidor y de quien la explota se unen para mantener una calidad constante, si no es que para mejorar los productos marcados.”⁴⁵

Es oportuno hacer notar que la función social o de garantía de calidad, se debe a un cierto nivel de valía o calidad que el consumidor le atribuyen al producto, dándole a la marca un prestigio en el mercado.

FUNCIÓN DE PROPAGANDA

Debemos entender por propaganda: “toda aquella publicidad que se da a un producto comercial para fomentar su venta.”⁴⁶

Esta función en la marca ha sido reconocida en forma directa por el conocimiento que el consumidor y el público en general tiene de los artículos, por medio de la marca que los identifica.

“A juicio de Isay, el poder de reclame o fuerza de atracción de la marca se debe primordialmente a su originalidad; a sus cualidades propias, a las ideas que evoca, etc. Y también al reclame hecho en su favor.”

Al respecto Rangel Medina, afirma que la propaganda no se refiere al industrial o comerciante, sino al producto mismo, que si es de buena calidad y merece la aceptación de los consumidores, será nuevamente solicitado por su marca, la cual, de este modo y por este concepto se transforma en un valioso factor de difusión del artículo; y consecuentemente de atracción y conservación de la clientela.⁴⁷

⁴⁵ Rangel Ortiz, Horacio El uso de la marca y sus efectos jurídicos. México 1980, pág 49

⁴⁶ Larousse, Diccionario básico de la lengua española. Ed Larousse S.A. 1990, pág 462

⁴⁷ Op. Cit; pág 179

Finalmente la doctrina francesa e italiana, consideran que la marca tiene una gran influencia en el mercado, gracias a la publicidad que ejerce una gran atracción sobre los consumidores y constituye a menudo en elemento primordial de una empresa.

En nuestros días la clientela sobre las marcas se extiende, es mayor la inclinación del público por ellas, debido a el rol manipulador que juega la propaganda. Rol que confiere a la marca un valor especial en la sociedad en que vivimos, siendo el principal promotor del consumismo.

3.3 REQUISITOS DE VALIDEZ DE LA MARCA.

En las diversas épocas de la historia, la marca ha tenido que reunir una serie de cualidades, mismas que se traducen en ciertos principios rectores que han de observarse para proteger o reprobar el uso de los signos distintivos de la empresa.

El tema en cuestión ha sido abordado por distintos doctrinarios, así tenemos que en Francia el autor Saint-Gal, considera que los requisitos de validez de la marca son los siguientes:

- a) El carácter de novedad relativa
- b) La arbitrariedad y distintividad
- c) No debe ser contraria al orden público o a las buenas costumbres ni formar parte de un signo prohibido por la ley.
- d) No debe ser deceptiva.⁴⁸

Otros autores como Chavanne, Boutet, Lodo Lodi, y C. E. Mascareñas, manifiestan que las condiciones de validez que debe reunir una marca son:

⁴⁸ Citado por Nava Negrete, Justo Op. Cit;pág 164

1. Ser lícita.
2. Ser distintiva.
3. Ser novedosa, es decir diferente de los otros signos usados como marca.

Siguiendo el orden de las ideas, el maestro Nava Negrete, manifiesta que para cualquier signo o medio material pueda constituir válidamente una marca es suficiente que reúna los siguientes requisitos de validez:

- a) Capacidad o eficacia distintiva;
- b) Licitud.⁴⁹

En este contexto el tratadista mexicano Rangel Medina, afirma que hay dos grupos de requisitos de la marca: Caracteres y condiciones esenciales o de validez y Caracteres accidentales o secundarios. A la primera categoría de condiciones, pertenecen :

1. El carácter distintivo.
2. La especialidad.
3. La novedad.
4. La licitud, y
5. La veracidad.

Y a la segunda categoría de condiciones corresponden:

1. El carácter facultativo;
2. Lo innecesario de la adherencia,
3. La apariiencia, y

⁴⁹ Ibidem.

4. El carácter individual del signo.⁵⁰

A continuación nos ocuparemos de los caracteres esenciales o de validez de la marca.

3.4 DISTINTIVIDAD DE LA MARCA.

El término distinguir consiste en manifestar la diferencia que hay entre una cosa y otra con la cual se puede confundir.

“La esencia de la marca, dice Rangel Medina; estriba en su naturaleza distintiva, lo que significa que la marca debe especializar, individualizar y singularizar los productos o servicios, indicando el origen o precedencia de los mismos, evitando toda confusión con otros productos o servicios similares”.⁵¹

Este factor – dice – es determinante en el planteamiento y solución de multitud de variados problemas que surgen a diario en las relaciones industriales y mercantiles, con motivo de la interpretación, aplicación de la ley que regula tales derechos.

Además manifiesta que existen ciertas reglas o principios que rigen la condición distintiva de la marca, y que a saber son:

- 1.- Una marca debe diferir suficientemente de otra, es decir debe ser original, de forma tal que la marca no sea susceptible de una simplicidad o de una trivialidad tal que excluya precisamente ese carácter distintivo, pudiendo haber en consecuencia confusión en aquellos compradores que no tengan las dos marcas ante sus ojos; y

⁵⁰ Op. Cit; pág 184 y sigs.

⁵¹ Ibidem.

- 2.- Para apreciar con precisión este carácter distintivo, es menester tener en cuenta la naturaleza del producto y las costumbres seguidas en cada comercio o industria, así como la categoría económica y cultural de los compradores y el lugar de venta de la mercancía.

CAPITULO IV

TRATADO DE LIBRE COMERCIO ENTRE MEXICO Y LA UNION EUROPEA.

4.1 LA UNION EUROPEA

Debido al tema en comento, he considerado de importancia mencionar una breve reseña histórica de La Unión Europea, para posteriormente adentrarnos en el análisis de las Marcas en el Tratado de Libre Comercio con la misma.

La Unión Europea (UE), con una población de más de 370 millones de habitantes, está integrada por 15 Estados Miembros (EM); Alemania, Austria, Bélgica, Dinamarca, España, Finlandia, Francia, Grecia, Irlanda, Italia, Luxemburgo, Países Bajos, Portugal, Reino Unido y Suecia. Actualmente, es la primera potencia comercial del mundo, concentrando una quinta parte de comercio mundial.

La construcción europea se basa en los tres Tratados fundacionales siguientes:

- Tratado constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero (CECA), firmado en París y que entró en vigor el 23 de julio de 1952;
- Tratado constitutivo de la Comunidad Europea (CE), firmado en Roma y que entró en vigor el 1 de enero de 1958;
- Tratado constitutivo de la Comunidad Europea de la Energía Atómica (Euratom), firmado en Roma y que entró en vigor el 1 de enero de 1958.

El 18 de abril de 1951, Bélgica, Francia, Italia, Luxemburgo, Holanda y la República Federal de Alemania firmaron el Tratado de París para formar la primera de las tres Comunidades Europeas: la Comunidad Europea del Carbón y

Acero, CECA. Su objetivo fue constituir un mercado común de estos productos a fin de asegurar su abastecimiento en la región.

Para 1957, estos seis países firmaron el Tratado de Roma, que instituyó la Comunidad Económica Europea (CEE) y la Comunidad Europea de la Energía Atómica (Euratom). Esta última tiene como objetivo favorecer en Europa la utilización de la energía nuclear con fines pacíficos.

La CEE estableció una unión aduanera y dismanteló las barreras comerciales para el libre flujo de mercancías entre los EM, además de asegurar la libre circulación de personas, capitales y servicios.

En 1985, la Comisión y su presidente lanzaron la idea de establecer un mercado único, sin fronteras interiores, es decir, un objetivo más ambicioso que el del Tratado de la CEE, que sólo concebía una unión aduanera.

Los Tratados fundacionales han sido adaptados en diversas ocasiones, en particular con ocasión de la adhesión de nuevos Estados miembros, en 1973, 1981, 1986 y 1995. Además han sido objeto de tres reformas más profundas que han dado lugar a modificaciones institucionales importantes, así como a la introducción de nuevos ámbitos de competencia para las instituciones europeas. Son los siguientes Tratados:

Acta Única Europea (AUE), firmada en Luxemburgo y la Haya y que entró en vigor el 1 de julio de 1987;

Tratado de la Unión Europea, firmado en Maastrich y que entró en vigor el 1 de noviembre de 1993;

Tratado de Amsterdam, que entró en vigor el 1 de mayo de 1999.

El Tratado de Niza, celebrado por el Consejo Europeo de los días 7 a 9 de diciembre de 2000 y firmado el 26 de febrero de 2001, introducirá modificaciones en el Tratado de la Unión Europea, los Tratados de las Comunidades Europeas así como en el Protocolo sobre la ampliación de la Unión Europea. Entrará en vigor una vez que haya sido ratificado por los 15 Estados miembros según lo previsto en sus respectivas normativas constitucionales. El proceso de ratificación sigue en marcha y continuará hasta el 2002.⁵¹

Los fines y medios de acción se precisaron en el llamado Libro Blanco y en el Acta Unica. El libro expuso el programa para llegar al mercado único, eliminando los obstáculos físicos, técnicos y fiscales existentes que justificaban los controles fronterizos. Su importancia radicó en la fijación de un calendario y 282 propuestas legislativas necesarias para llegar al mercado unificado el 1 de enero de 1993.

El Acta entró en vigor el 1 de julio de 1987 y modificó al Tratado de Roma, reemplazando para el mercado único la regla de unanimidad por el voto de la mayoría. También fortaleció la colaboración entre el Consejo de Ministros y el Parlamento europeo, dando a este último mayores poderes de decisión en las normas del Mercado Interior y en las relaciones de la Comunidad en terceros países, a través de la Cooperación Política. Además, otorgó al parlamento Europeo la autoridad de fijar el presupuesto de la Comunidad.

El año de 1993 no sólo marcó la entrada en vigor del Mercado Único, sino también el comienzo de una fase más ambiciosa de la integración mediante su transformación hacia una Unión Económica y Monetaria.

Estos objetivos fueron plasmados en el Tratado de la Unión Europea, suscrito en la ciudad de Maastricht el 7 de febrero de 1992 y en vigor desde el 1 de noviembre de 1993.

⁵¹ <http://www.secofi-snci.gob.mx>

el Consejo adopte decisiones por mayoría calificada a nuevos ámbitos de actuación política de la UE. La unanimidad seguirá siendo la regla para los asuntos de naturaleza constitucional y para un núcleo de temas muy sensibles como la fiscalidad;

Otorga el poder de decisión al Parlamento en la elección del presidente de la Comisión ya que éste será designado por los jefes de Estado y de gobierno, pero su nombramiento se hará efectivo hasta que el Parlamento de su aprobación; y

Modifica el peso relativo de los EM en las instituciones para la adhesión de los nuevos países. La comisión incluirá a un nacional de cada EM y los países mayores renunciarán a su segundo comisario. En paralelo, se reequilibrará el peso relativo de los EM en el Consejo mediante un nuevo sistema de doble mayoría (de Estados y de población), redefiniendo los votos de cada EM conforme a su población.

La Unión Europea se basa en un sistema institucional único en el mundo. Los Estados miembros aceptan delegar una parte de su soberanía en instituciones independientes que representan a la vez los intereses comunitarios, los nacionales y los de los ciudadanos. La comisión defiende tradicionalmente los intereses comunitarios, todos los Gobiernos nacionales están representados en el Consejo de la Unión y los ciudadanos de la Unión eligen al Parlamento Europeo directamente. Así, Derecho y democracia constituyen los fundamentos de la Unión europea.⁵²

4.2 ACUERDOS COMERCIALES DE LA UE

Desde los años 60, la entonces CEE inició la celebración de acuerdos de libre comercio. A la fecha tiene acuerdos de este tipo con los países de Europa

⁵² <http://www.secofi-snci.gob.mx/negociacion/UnionEuropea>

Occidental. Con los de la Asociación Europea de Libre Comercio (AELC) mantiene acuerdos de libre comercio y ha establecido con ellos, salvo con Suiza, el Espacio Económico Europeo. El EEE incluye la mayor parte de la legislación del Mercado Único, proporcionando la libre circulación de servicios, capitales y personas.

También tiene acuerdos que incluyen el libre comercio con el resto de los países de Europa Occidental (Chipre, Malta, San Marino, Andorra, etc.)

Desde los años 60, la UE estableció acuerdos de libre comercio con países del Mediterráneo como Turquía (con quien hoy tiene una unión aduanera) y otorga preferencias unilaterales a ex colonias de los EM, los llamados países ACP (África, Caribe y Pacífico).

En los 70 celebró un acuerdo de libre comercio con Israel (ampliado en 1995) y otorgó preferencias unilaterales a la mayoría de los demás países mediterráneos (países del Magreb, Egipto, Siria, Jordania y Líbano).

En los años 90, la UE negoció y puso en vigor acuerdos de libre comercio con los tres países bálticos, antes parte de la ex URSS, y con todos los países de Europa Central y Oriental, salvo Croacia, Bosnia, Yugoslavia y las nuevas repúblicas de la ex URSS.

La UE también ha firmado acuerdos de libre comercio "euromediterráneos" con Túnez, Marruecos, Jordania, Egipto, Albania y la Autoridad Palestina. En la actualidad está negociando un ALC con Argelia y acaba de concluir la negociación con Sudáfrica.

En materia de Propiedad Intelectual, la Unión Europea cuenta con la adhesión a los siguientes tratados:

- Tratado de la OMPI sobre derecho de autor;

- Tratado de la OMPI sobre interpretación o ejecución y fonogramas;
- Convenio de París sobre protección de la propiedad industrial (Acta de Estocolmo, 1967);
- Convenio de Berna sobre protección de obras literarias y artísticas (Acta de París, 1971);
- Convenio internacional sobre los derechos de los artistas intérpretes, productores de fonogramas y entidades de radiodifusión, (Roma, 1961);
- Acuerdo de Niza sobre la clasificación internacional de bienes y servicios a los efectos del Registro de Marcas (Ginebra, 1977, modificado en 1979);
- Tratado de Budapest sobre el reconocimiento internacional de depósitos de microorganismos a los efectos del procedimiento de patentes (1980);
- Convenio de Luxemburgo, (1975).
- Convenio de Munich sobre patentes europeas, (1973)⁵³

4.3 ESTRUCTURA DEL SISTEMA INSTITUCIONAL DE LA UNION EUROPEA.

Los Estados miembros aceptan delegar una parte de su soberanía en instituciones independientes que representan a la vez los intereses comunitarios, los nacionales y los de los ciudadanos. La Comisión defiende tradicionalmente los intereses comunitarios, todos los Gobiernos nacionales están representados en el Consejo de la Unión y los ciudadanos de la Unión eligen al Parlamento Europeo directamente, así derecho y democracia constituyen los fundamentos de la Unión Europea.

A este triángulo institucional se añaden otras dos instituciones: El Tribunal de Justicia y el Tribunal de Cuentas. Otros cinco órganos completan el edificio.

⁵³ <http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/l26054.htm>

En el Parlamento Europeo se representan las grandes tendencias políticas existentes en los países miembros. Este tiene tres funciones esenciales;

1. Comparte con el Consejo la función legislativa, es decir, la aprobación de las leyes europeas. Su participación contribuye a garantizar la legitimidad democrática de los textos adoptados;
2. Comparte con el Consejo la Función presupuestaria, pudiendo modificar los gastos comunitarios. Adopta el presupuesto en su totalidad.
3. Efectúa un control democrático sobre la Comisión. Aprueba la designación de sus miembros y dispone de la facultad de censurarla. También efectúa un control político sobre el conjunto de las instituciones.

El Consejo constituye la principal instancia de decisión de la Unión Europea. Es la emanación de los Estados miembros, a cuyos representantes reúne regularmente a nivel ministerial.

El Consejo asume varias funciones esenciales:

1. Es el órgano legislativo de la Unión; ejerce ese poder legislativo en codecisión con el Parlamento Europeo;
2. Garantiza la coordinación de las políticas económicas generales de los Estados Miembros.
3. Celebra en nombre de la Comunidad los acuerdos internacionales entre ésta y uno o más Estados u organizaciones internacionales;
4. Comparte el poder presupuestario con el Parlamento;
5. Toma las decisiones necesarias para la colaboración y la aplicación de la Política Exterior y de Seguridad Común, sobre la base de las orientaciones generales que define el Consejo Europeo;

6. Garantiza la coordinación de la acción de los Estados miembros y adopta las medidas necesarias en el ámbito de la cooperación policial y judicial en materia penal.

La Comisión Europea personifica y defiende el interés general de la Unión. El Presidente y los miembros de la Comisión son nombrados por los Estados miembros previa aprobación del Parlamento Europeo.

La Comisión es el motor del sistema institucional comunitario, ya que al:

1. Tener derecho de iniciativa legislativa, propone los textos de ley que se presentan al Parlamento y al Consejo;
2. Ser la instancia ejecutiva, garantiza la ejecución de las leyes europeas;
3. Ser la guardiana de los Tratados, vela por el cumplimiento del Derecho Comunitario, conjuntamente con el Tribunal de Justicia;
4. Ser la representante de la Unión en la escena internacional, negocia los acuerdos internacionales, principalmente de comercio y de cooperación.

El Tribunal de Justicia europeo, garantiza el respeto del Derecho Comunitario. Es competente para conocer de litigios en los que pueden ser parte los Estados miembros, las instituciones comunitarias, las empresas y los particulares.

El Tribunal de Cuentas comprueba la legalidad y regularidad de los ingresos y gastos de la Unión y se asegura de la buena gestión financiera del presupuesto europeo.

El Banco Central Europeo, El Comité Económico Social, El Comité de las Regiones, El Banco Europeo de Inversiones, y el Defensor del Pueblo europeo complementan este sistema institucional.

El Banco Central establece y aplica la política monetaria europea, dirige las operaciones de cambio y garantiza el buen funcionamiento de los sistemas de pago.

El Comité Económico y Social es el representante ante la Comisión, el Consejo y el Parlamento Europeo de los puntos de vista de la sociedad civil organizada. El Comité de Regiones vela por el respeto de la identidad y las prerrogativas regionales y locales. El Banco Europeo de Inversiones es la institución financiera de la Unión Europea. Financia proyectos de inversión para contribuir al desarrollo equilibrado de la Unión. El Defensor del Pueblo europeo puede ser consultado por toda persona física o jurídica que resida en la Unión y se consideren víctimas de un acto de “mala administración” por parte de las instituciones u órganos comunitarios.⁵⁴

4.4 MARCA COMUNITARIA.

Las diferencias existentes entre las legislaciones de los Estados miembros en materia de derecho de la propiedad intelectual (que abarca el derecho de la propiedad industrial, los derechos de autor y los derechos afines) se consideraban barreras proteccionistas que obstaculizarían la libre circulación de bienes y servicios, así como el libre juego de la competencia, principios básicos del mercado común europeo.

La protección de la propiedad intelectual se rige también por numerosos convenios internacionales . Estos acuerdos, suscritos por todos o algunos de los

⁵⁴ http://www.kapler.com/m_com.htm

Estados miembros, aseguran cierta uniformización de las disposiciones nacionales en ámbitos específicos.

No obstante ello no era suficiente para permitir la realización del mercado interior. De ahí que la Comisión decidiera proceder a la armonización de las legislaciones nacionales en distintos ámbitos y a la protección eficaz y reforzada de la propiedad intelectual a escala mundial.

En un primer momento la Comisión, en el ámbito de la protección de la propiedad industrial, se centró en las marcas. Las medidas aprobadas tenían por objeto, por una parte, crear una marca comunitaria, y por otra, armonizar las legislaciones sobre marcas nacionales. El primer instrumento se refiere a la armonización de los Derechos nacionales. Estos, en efecto, fueron objeto de una Directiva que armoniza las condiciones para el registro de una marca nacional y los derechos conferidos por tal marca. El segundo instrumento, el reglamento sobre marca comunitaria, aprobado por el Consejo el 20 de diciembre de 1993, permite que el poseedor de una marca de este tipo pueda comercializar sus productos en toda la Comunidad y beneficiarse de normas únicas de protección.

De la misma forma que en capítulos anteriores estudiamos la definición de "marca" en el derecho mexicano, es de considerarse la definición de marca comunitaria contemplada en el Reglamento de Marcas de la Unión Europea, para un mejor entendimiento del tema en análisis.

El sistema Marcario implementado entre los países de la Unión Europea es el de la Marca Comunitaria, la cual tiene su base en principios de gran importancia como lo son los de unidad y autonomía, al igual que los de coexistencia e integración internacional.

La marca comunitaria tiene carácter unitario en tanto que produce los mismos efectos en toda la Comunidad y sólo puede ser registrada, cedida, objeto

de renuncia, de resolución, de caducidad, de nulidad y de prohibición de su uso, dentro de la Unión Europea.

Las ventajas y beneficios que se observan en este sistema marcario comunitario son principalmente para el solicitante del registro, ya que mediante una sola solicitud, en un idioma, con una tasa o pago de derechos, se puede registrar una misma marca dentro del territorio comunitario, existiendo una sola oficina de marcas en toda la Unión Europea.

El reglamento de la marca comunitaria no es un complemento y no depende de otra ley o reglamento, es decir, es autosuficiente y regula todas las conductas previstas.

La marca comunitaria no es independiente de las nacionales, si no que convive con ellas. No las sustituye, o supone su desaparición, por eso el principio de coexistencia de la marca comunitaria.

El Reglamento de la Marca Comunitaria, en su Título II, Sección Primera, Artículo 4, señala los signos que pueden constituir una marca comunitaria. "Podrán constituir comunitarias todos los signos que puedan ser objeto de una representación gráfica, en particular las palabras, incluidos los nombres de personas, los dibujos, las letras, las cifras, la forma del producto o de su presentación, con la condición de que tales signos sean apropiados para distinguir los productos o los servicios de una empresa de los de otras empresas."⁵⁵

Existen varios tipos de signos, los cuales pueden ser denominativos, gráficos, mixtos y de formas tridimensionales. Según el Reglamento sobre la Marca Comunitaria deberán carecer de prohibición legal, de la misma manera que buscarán individualizar un producto o servicio, distinguiéndolo de otros similares y

⁵⁵ http://www.kapler.com/m_com.htm

de su misma clase, además de contar con una representación gráfica que, a su vez, le de fuerza distintiva.

4.4.1 DISTINTIVIDAD DE LA MARCA COMUNITARIA.

En el capítulo II se hace referencia a la distinción de las marcas contenidas en la Ley de propiedad Industrial de México, esta distinción contempla a las marcas figurativas, nominativas, mixtas tridimensionales y colectivas . Así mismo el Reglamento de Marcas de la Unión Europea, considera dentro de las marcas comunitarias a la marca comunitaria colectiva, la cual trataremos a continuación.

El Reglamento de la Marca Comunitaria reconoce varias clases de marcas, como son:

4.4.2 MARCA COMUNITARIA COLECTIVA.

Es aquel que sirve para diferenciar en el mercado los productos o servicios de una asociación con los productos o servicios de las empresas que no forman parte de dicha asociación.⁵²

El artículo 64 del título VIII, del Reglamento de la Marca Comunitaria, nos dice:

- 1.- Podrán constituir marcas comunitarias colectivas las marcas comunitarias así designadas al efectuarse la presentación de la solicitud y que sean adecuadas para distinguir los productos o servicios de los miembros de la asociación que sea su titular, frente a los productos o servicios de otras empresas. Podrán solicitar marcas comunitarias colectivas las asociaciones de fabricantes, productores, prestadores de servicios o comerciantes que, a tenor de la legislación
-

que les sea aplicable, tengan capacidad, en su propio nombre, para ser titulares de derechos y obligaciones de cualquier tipo, de celebrar contratos o de realizar otros actos jurídicos y que tengan capacidad procesal, así como las personas jurídicas de derecho público.

- 2.- No obstante lo dispuesto en la letra c) del apartado 1 del artículo 7, podrán constituir marcas comunitarias colectivas con arreglo al apartado 1 los signos o las indicaciones que puedan servir, en el comercio, para señalar la procedencia geográfica de los productos o de los servicios. El derecho conferido por la marca colectiva no permitirá a su titular prohibir a un tercero el uso en el comercio de tales signos o indicaciones, siempre que dicho uso se realice con arreglo a prácticas leales en materia industrial o comercial; en particular, dicha marca no podrá oponerse a un tercero autorizado a utilizar una denominación geográfica.
- 3.- Las disposiciones del presente Reglamento se aplicarán a las marcas comunitarias colectivas, salvo disposición contraria prevista en los artículos 65 a 72.

El artículo 7, que se refiere en el apartado 2 del artículo 64, nos habla de los motivos de denegación absolutos: apartado 1. "Se denegará el registro de: c) las marcas que estén compuestas exclusivamente por signos o por indicaciones que puedan servir, en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de producción del producto o de la prestación del servicio, u otras características del producto o del servicio".

Los artículos 65 a 72, mencionados en el apartado 3, del artículo 64, nos hablan del reglamento de uso de la marca comunitaria colectiva que debe presentar el solicitante en el plazo establecido, en el cual se debe indicar a las personas autorizadas para el uso de la marca, las condiciones de afiliación a la asociación, y las sanciones aplicables. Respecto del apartado 2 del artículo 64, se deberá autorizar a cualquier persona cuyos productos o servicios procedan de

la zona geográfica de que se trate a hacerse miembro de la asociación titular de la marca. Además de la desestimación de la marca comunitaria cuando no se cumpla lo dispuesto por los artículos 64 y 65 o si el reglamento de uso fuere contrario al orden público o a las buenas costumbres; cuando se corra el riesgo de inducir al público a error sobre el carácter o el significado de la marca, en particular cuando pueda dar la impresión de ser algo distinto de la marca colectiva.

Según el artículo 67, el uso de la marca comunitaria colectiva puede darse por cualquier persona facultada para la utilización de esta, conforme a las disposiciones del Reglamento, y a las condiciones establecidas en el reglamento de uso de la marca comunitaria.

El reglamento de uso de la marca colectiva puede ser modificado, siempre y cuando el titular de la marca comunitaria lo someta a consideración de la Oficina. Dicha modificación no será posible cuando no se cumplan con los requisitos del artículo 65, cuando el solicitante no presente el reglamento de uso en el plazo establecido; o implique un motivo de desestimación de los señalados en el artículo 66, cuando se corra el riesgo de inducir al público a error sobre el carácter o el significado de la marca. Esta modificación sólo surtirá efecto a partir de la fecha de inscripción de la mención de la modificación en el registro.

Para la modificación del reglamento de uso de la marca, según el artículo 69 del Reglamento, se deberá cumplir con los siguientes requisitos: el titular de la marca comunitaria colectiva deberá someter a la Oficina cualquier reglamento de uso modificado; la mención de la modificación no accederá al registro, cuando el reglamento de uso modificado no cumpla con los requisitos del artículo 65 o implique un motivo de desestimación de los señalados en el artículo 66; al reglamento de uso modificado será aplicable el artículo 67; a los fines de la aplicación del presente Reglamento, la modificación del reglamento de uso sólo surtirá efecto a partir de la fecha de inscripción de la mención de la modificación en el registro.

MARCA RENOMBRADA.

Se entiende por marca renombrada "...aquella cuyo uso en el mercado ha sido tan intenso, que no es sólo conocida por un sector de los consumidores, si no que se ha difundido ampliamente en la totalidad de los habitantes del territorio que cubre. En este caso deja de producir efectos la regla de especialidad"⁵⁶

MARCAS DE PRODUCTO O SERVICIO.

Son aquellas que individualizan los productos o servicios y se conocen como marcas tradicionales o principales.

MARCA NOTORIA.

Se entiende por marca notoria aquella que, como consecuencia de su uso intensivo en el mercado y en la publicidad, se ha difundido de una forma amplia entre los consumidores o por los sectores interesados.

4.5 REGISTRO DE LA MARCA COMUNITARIA.

4.5.1 SOLICITUD DE LA MARCA COMUNITARIA.

La solicitud de la marca comunitaria se deberá presentar, a elección del solicitante, ante la Oficina ó ante el servicio central de la propiedad industrial de un Estado miembro o ante la Oficina de marcas del Benelux. Cuando la solicitud se presente ante el servicio central de la propiedad industrial de un Estado miembro o

⁵⁶ Casado Cerviño, Alberto. El Sistema Comunitario de Marcas. Memorias del Seminario Internacional sobre la Marca Comunitaria. ED. IMPI México, D.F, Junio 1996, Pág. 14.

ante la Oficina de marcas del Benelux, estos adoptarán las medidas necesarias para transmitir la solicitud a la Oficina en un plazo de dos semanas.

La solicitud de marca comunitaria deberá contener una instancia para el registro de la marca comunitaria, las indicaciones que permitan identificar al solicitante, la lista de productos o de servicios para los que se solicite el registro, la reproducción de la marca.

La fecha de presentación de la solicitud de marca comunitaria será aquella en que el solicitante haya presentado en la Oficina o, si la solicitud se presentó ante el servicio central de propiedad industrial de un Estado miembro, o ante la Oficina de marcas del Benelux, siempre que en el plazo de un mes se abone la tasa de depósito.

4.5.2 PROCEDIMIENTO DEL REGISTRO.

La Oficina examinará si la solicitud de marca comunitaria cumple con los requisitos para que se le otorgue una fecha de presentación, estos requisitos son la instancia para el registro de la marca comunitaria, las indicaciones que permitan identificar al solicitante, la lista de productos o de servicios para los que se solicite el registro, la reproducción de la marca, y la tasa de depósito; si la solicitud de marca comunitaria satisface los requisitos estipulados en el Reglamento de ejecución, si las tasas por clases, en su caso, se han abonado en el plazo establecido. Si estos requisitos no son cumplidos la Oficina dará un plazo al solicitante para que se subsanen las irregularidades o la falta de los pagos. Si no se subsanaren las irregularidades la solicitud no será tramitada como solicitud de marca comunitaria. Si no se subsanaren las irregularidades respecto del Reglamento de ejecución, la Oficina desestimaré la solicitud. Si no se cubrieron las tasas por clases se considerará retirada la solicitud a menos que sea evidente cuáles son las clases de productos o de servicios que la cuantía pagada está destinada a cubrir.

Si el solicitante no pudiera ser titular de la marca comunitaria de acuerdo al artículo 5, se desestimaré la solicitud.

Artículo 5. "Podrán ser titulares de marcas comunitarias las personas físicas o jurídicas, incluidas las entidades de derecho público, que sean:

- a) Nacionales de los Estados miembros;
- b) Nacionales de otros estados que sean parte en el Convenio de París para la protección de la propiedad industrial, en lo sucesivo denominado "Convenio de París" o en el Acuerdo por el que se crea la Organización Mundial del Comercio;
- c) Nacionales de Estados que no sean parte del Convenio de París, que estén domiciliadas o que tengan su sede o un establecimiento industrial o comercial efectivo y serio en el territorio de la Comunidad o en el de un Estado que sea parte en el Convenio de París;
- d) Nacionales, distintos de los contemplados en la letra c), de cualquier Estado que no sea parte en el Convenio de París o en el Acuerdo por el que se crea la Organización Mundial del Comercio y que, según comprobaciones publicadas, conceda a las nacionales de todos los Estados miembros la misma protección que a sus nacionales en lo que concierne a las marcas y que, cuando los nacionales de los Estados miembros deban aportar la prueba del registro de la marca en el país de la marca comunitaria como tal prueba;"

La Oficina llevará un registro, denominado Registro de marcas comunitarias, en el que se inscribirán las indicaciones que con arreglo al Reglamento de Marcas deban registrarse o mencionarse, este registro estará abierto a consultas públicas.

La Oficina y las jurisdicciones o autoridades competentes de los Estados miembros se asistirán mutuamente, en la facilitación de información o de los expedientes.

La Oficina y los servicios centrales de propiedad industrial de los Estados miembros podrán intercambiar entre ellos uno o varios ejemplares de sus respectivas publicaciones.

Las solicitudes de marca comunitaria se podrán presentar en una de las lenguas oficiales de la Comunidad Europea. Sin embargo, el solicitante deberá indicar como segunda lengua una de las oficiales de la Oficina; español, alemán, francés, inglés e italiano.

El artículo 111, del título XII del reglamento en estudio, nos describe las facultades de la Oficina, las cuales transcribiré a continuación:

1. La Oficina será un organismo de la Comunidad. Tendrá personalidad jurídica.
2. En cada uno de los Estados miembros, poseerá la capacidad jurídica más amplia que reconozcan a las personas jurídicas las legislaciones nacionales; podrá en especial adquirir o enajenar bienes inmuebles y muebles y tendrá capacidad procesal.
3. La oficina estará representada por su presidente.

Con el fin de desarrollar y fortalecer la gestión administrativa y la modernización del sistema de propiedad industrial, el IMPI (Instituto Mexicano de Propiedad Industrial, el cual se encuentra ubicado en Periférico Sur No.3106. Colonia Jardines del Pedregal, y cuenta con cuatro oficinas regionales establecidas en Monterrey, Nuevo León; Zapopan, Jalisco; San Luis, Potosí; y Mérida, Yucatán) ha mantenido actividades de cooperación con diversas Oficinas y Organizaciones internacionales relacionadas con la propiedad industrial. Las

modalidades de cooperación que se han seguido se centran básicamente en la capacitación de personal, intercambio de información y cooperación técnica, educativa y de intercambio de información. Una de los principales Oficinas con la cual mantiene relación es la Oficina Europea de patentes.⁵⁸

4.5.3 EL USO DE LA MARCA COMUNITARIA.

“Si en el término de plazo de cinco años a partir del registro, la marca comunitaria no hubiera sido objeto de un uso dentro del territorio de la Comunidad por el titular para los productos o servicios para los cuales fue registrada, o si tal uso hubiera sido suspendido por un plazo ininterrumpido de cinco años, la marca quedará sometida a las sanciones establecidas en el Reglamento, salvo que existieran causas justificadas”.⁵⁷

De igual manera, será tomado en cuenta el uso de la marca en el sentido de que no sea alterado el carácter distintivo de la misma en la forma en la cual está registrada. También se considerará que ya se hizo uso cuando los productos tuvieran como finalidad la exportación o si se hiciera una presentación en la Comunidad con este mismo fin.

Por otro lado, si la marca fuera usada por otra persona ajena a ésta, pero con autorización del titular, se considerará que ya fue utilizada por este último.

Por último en el caso de personas autorizadas para usar una marca colectiva, éstas deberán someterse a un reglamento presentado en la Oficina. De igual forma se tendrá que notificar y aprobar toda modificación realizada al mismo, la cual no deberá ir en contra de las disposiciones del Reglamento de la Marca Comunitaria.

⁵⁸ <http://www.impi.gob.mx/web/docs/relaciones/cooperacion.html>

⁵⁷ Chover, Rosa. Derecho de Alta Tecnología. Buenos Aires, Argentina 1996. Pág. 3

En conclusión, una marca comunitaria únicamente puede ser registrada, cedida o cancelada respecto a todo el territorio de la Unión Europea. La marca comunitaria otorga la protección en los siguientes países:

España, Alemania, Austria, Italia, Francia, Portugal, Reino Unido, Irlanda, Dinamarca, Grecia, Países Bajos, Bélgica, Suecia, Finlandia, Luxemburgo.

Pueden ser solicitadas por Nacionales o Compañías establecidas en los Estados Miembros o en los países firmantes del Convenio de la Unión de París. Compañías establecidas en cualquier parte del mundo con una presencia real y efectiva, a través de relaciones comerciales, en un Estado Miembro. Nacionales o Compañías establecidas en países que mantengan acuerdos recíprocos con los Estados Miembros.

Puede ser registrado cualquier signo capaz de distinguir productos o servicios de un interesado de los de otro (s) interesados.

El registro de una marca comunitaria puede solicitarse a través de la Oficina de Marcas de cualquier Estado Miembro teniendo una vigencia dicho de 10 años, y puede ser renovable indefinidamente.

4.6 TRATADO DE LIBRE COMERCIO CON LA UNION EUROPEA.

En la actualidad México ha firmado ocho tratados de libre comercio:

- Tratado de Libre Comercio de América del Norte entre Canadá, Estados Unidos y México;
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y La república de Costa Rica;
- Tratado de Libre Comercio del Grupo de los Tres;

-
- Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y la República de Bolivia;
 - Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y La República de Nicaragua;
 - Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y La República de Chile;
 - Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos mexicanos y la Unión Europea;
 - Tratado de Libre Comercio entre los Estados Unidos Mexicanos y el Estado de Israel.⁵⁹

El contenido de las disposiciones relativas a los derechos de propiedad industrial incluidas en estos tratados varían, sin embargo, la mayoría incluyen disposiciones generales y principios básicos dentro del Capítulo de Propiedad Intelectual. Estas disposiciones y principios se constituyen de los siguientes puntos:

- Disposiciones sobre la materia;
- Definiciones;
- Protección de los derechos;
- Trato Nacional;
- Excepciones;
- Trato a la Nación más favorecida;
- Control de prácticas abusivas o contrarias a la competencia;
- Cooperación para eliminar el comercio de bienes que infrinjan los derechos de propiedad Intelectual.

⁵⁹ <http://www.impi.gob.mx/web/docs/relaciones/forosbila.html>

A pesar de que estos principios y disposiciones se estipulan de forma uniforme en cada uno de los tratados, en cada uno de ellos, se incorporan diferentes figuras para su protección.

Durante los últimos años el Sistema de Propiedad Industrial ha adquirido gran importancia en la economía tanto a nivel nacional como internacional, por su vinculación con el comercio mundial y por la innovación tecnológica y transferencia de tecnología, por lo que es imperativa la necesidad de contar con un sistema de protección más amplio tanto a nivel nacional como internacional.

La Unión Europea es la primera potencia comercial y el mercado más grande del mundo. La UE es nuestro segundo socio comercial y nuestra segunda fuente de inversión extranjera directa. El primer acuerdo marco de cooperación entre México y la entonces Comunidad Económica Europea se firmó a mediados de 1975. En 1991 fue sustituido por el todavía vigente acuerdo marco, de los llamados de tercera generación, el cual incluye una gran diversidad de temas objeto de cooperación entre las dos Partes: industria; minería; propiedad intelectual, normas y criterios de calidad; ciencia y tecnología; pesca y psicultura; energía; protección del medio ambiente; gestión de recursos naturales; servicios (incluidos los financieros); turismo; transporte; telecomunicaciones e informática; promoción de inversiones; salud pública; lucha contra la droga, y comercio, entre otros.

La cooperación comercial no incluye el otorgamiento de trato preferencial alguno por ninguna de las Partes. En efecto, éstas únicamente se comprometen a promover la expansión y diversificación del comercio bilateral por medio del intercambio de información y de consultas en materia arancelaria, de requerimientos sanitarios y técnicos, legislación y prácticas relacionadas con el comercio, así como sobre los derechos de antidumping y compensatorios que llegaran a aplicarse.

El Tratado de Libre Comercio negociado con la Unión Europea, tiene un contenido similar a los demás tratados de libre comercio que México ha celebrado.

Sin embargo, su estructura es diferente debido al ámbito de competencias existentes en la Unión Europea.

La negociación y suscripción de un tratado internacional en materia de comercio de bienes de la Unión Europea es atribución exclusiva de la Comisión Europea y únicamente se requiere la aprobación del Consejo Europeo.

Las materias del comercio de servicios, inversión y la ejecución de los derechos de propiedad intelectual son de competencia mixta, de manera que deben involucrarse tanto las instituciones de la Comunidad, como de los Estados miembros. Por ello, es necesario que en la negociación y suscripción de un tratado internacional en estas materias estén representados tanto la Comunidad Europea y los Estados miembros y, además de la aprobación del Consejo y la opinión del Parlamento Europeo, se requiere la aprobación de los órganos legislativos de los quince Estados miembros.

Por tal motivo se negociaron dos acuerdos con la Unión Europea: Acuerdo Interino que abarca únicamente las materias de competencia comunitaria en materia comercial; y el Acuerdo Global que comprende tanto las materias de competencia comunitaria, como las de competencia mixta, tanto en materia comercial como de diálogo político y cooperación. Anticipado que el proceso de aprobación legislativa en los quince Estados miembros de la Unión Europea pudiera demorar, México y la Comunidad Europea previeron la posibilidad de iniciar la negociación para la liberación comercial lo antes posible y poner en vigor sus resultados una vez cumplidos con los requisitos internos de las Partes. Por tal motivo, suscribieron y aprobaron el Acuerdo Interino. Una vez que el proceso de aprobación legislativa del Acuerdo Global concluyera, concluiría la vigencia del Acuerdo Interino y subsistirá un solo acuerdo integral.

Una vez que concluidas las negociaciones comerciales, de conformidad con el procedimiento interno de cada una de las Partes, el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino tomo las decisiones correspondientes en las materias competencia de la Comunidad; asistido por un Comité Conjunto, encargado de coordinar las negociaciones para la liberalización del comercio. Los temas responsabilidad de los EM fueron aprobados, también de conformidad con los procedimientos internos de las Partes, por el Consejo Conjunto del Acuerdo Global, el cual entro en vigor en Octubre de 2000.

El Consejo Conjunto del Acuerdo Global al entrar en vigor adopto como suyas las decisiones del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino. En ese momento, el Acuerdo Interino ceso de existir y se estableció una zona de libre comercio entre México y la UE.

Para la negociación de los temas comerciales responsabilidad de los EM, es decir, servicios, movimientos de capital y pagos (incluyendo la inversión extranjera directa), y algunos aspectos de propiedad intelectual, la Declaración Conjunta referida permitió su negociación en el contexto del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino.

Además, las dos partes realizaron una Declaración Conjunta que permitió llevar a cabo las negociaciones de los temas de competencia mixta en materia comercial.

ACUERDO INTERINO.

El Acuerdo Interino fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica el 8 de diciembre de 1997, aprobado por el Senado de la República el 23 de abril de 1998 y por el Parlamento Europeo el 13 de mayo de 1998. El Acuerdo entró en vigor el 1 de4 julio de 1998.

El Acuerdo contiene los objetivos de la negociación en materia de liberalización comercial. Establece un Consejo Conjunto, integrado por funcionarios de México y la Comunidad Europea.

ACUERDO GLOBAL.

El Acuerdo Global fue firmado en la ciudad de Bruselas, Bélgica el 8 de diciembre de 1997, y aprobado por el Parlamento europeo el 6 de mayo de 1999, y ha sido aprobado por los órganos legislativos Estados miembros.

El Acuerdo de Asociación o Acuerdo Global, contiene tres vertientes: la de diálogo político, la de cooperación y la comercial.

La primera vertiente tiene por objetivo "establecer entre la Unión Europea y México lazos duraderos de solidaridad que contribuyan a la estabilidad y prosperidad de sus regiones respectivas". El diálogo "estará orientado a abrir nuevas formas de cooperación a favor de los objetivos comunes, incluso mediante iniciativas conjuntas en el plano internacional...", el cual se llevará a cabo a nivel presidencial, ministerial, y de altos funcionarios, y "mediante el aprovechamiento al máximo de los canales diplomáticos".

En el Acuerdo también se señala la conveniencia de institucionalizar un diálogo político a nivel parlamentario que se efectuará mediante contactos entre el Parlamento Europeo y el Congreso de la Unión de México (Cámara de Diputados y Senado de la República).

El ámbito de la cooperación abarca una treintena de áreas, que van desde la cooperación industrial y la sociedad de la información, hasta la cooperación en la lucha contra las drogas y en materia de protección al consumidor y de datos. No sólo el número de áreas cubiertas es mayor que el acuerdo marco de 1991, sino que el tipo de cooperación es más amplio en cada una ellas. Incluso, en algunas

como en el de ciencia y tecnología, se prevé la posibilidad de llegar a establecer un acuerdo específico sobre la materia. Lo mismo ocurre en materia de cooperación en el ámbito de la educación, incluyendo la educación superior y la formación profesional, entre otros.

Uno de los elementos novedosos en materia de cooperación es el referido al fomento de las actividades destinadas al desarrollo de acciones regionales conjuntas mediante proyectos de cooperación, principalmente en Centroamérica y el Caribe, dándose prioridad al comercio intraregional en la región, al fomento de la investigación científica y tecnológica, y al desarrollo de la infraestructura de las comunicaciones.

En materia comercial el Acuerdo Global establece los objetivos y el ámbito de aplicación de las negociaciones. El objetivo fundamental es el establecimiento de una zona de libre comercio, que cumpla con las normas pertinentes de la OMC. El ámbito de aplicación cubre los siguientes campos:

1. Comercio de bienes;
2. Comercio de servicios;
3. Movimientos de capital, incluyendo inversión extranjera directa y pagos.
4. Compras del sector público;
5. Políticas de Competencia;
6. Propiedad intelectual; y
7. Solución de controversias.

Los temas anteriores son los mismos que están en los diferentes tratados de libre comercio que México tiene en vigor.

En cada materia, el Acuerdo define los objetivos a alcanzarse. Así, en comercio de bienes y servicios es la liberalización bilateral y preferencial, progresiva y recíproca. En movimientos de capitales y pagos se persigue la misma meta. Por lo que hace a las compras sector público, “las Partes acordarán la apertura gradual y recíproca de los mercados acordados de contratación pública”.

En política de competencia, el objetivo es establecer medidas apropiadas para evitar distorsiones o restricciones de la competencia que pudieran afectar significativamente el comercio bilateral. En materia de propiedad intelectual se pretende instaurar, entre otras cosas, un mecanismo de consulta. Finalmente, en solución de controversias se buscará establecer un procedimiento específico que sea compatible con la OMC.

El acuerdo prevé el funcionamiento de un Consejo Conjunto para tomar decisiones en los diferentes temas contenidos en el propio acuerdo que así lo ameriten, incluyendo las materias contempladas en la vertiente comercial. Está encargado de adoptar las decisiones que establezcan:

Las medidas necesarias para la liberación progresiva y recíproca del comercio de servicios;

Las medidas y el calendario para la supresión progresiva y recíproca de restricciones respecto a movimientos de capital y pagos entre las Partes;

Las medidas específicas en materia de propiedad intelectual, tomando en cuenta, en particular, las convenciones multilaterales relevantes;

Un procedimiento específico para la solución de controversias relacionadas con los temas anteriores.

DECLARACIÓN CONJUNTA.

La Declaración Conjunta fue firmada en la ciudad de Bruselas, Bélgica el 8 de diciembre de 1997, como parte del Acta Final que conjunta al Acuerdo Interino y al Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación.

Establece el compromiso de las Partes de celebrar negociaciones sobre comercio de servicios, movimientos de capital y propiedad intelectual, de manera paralela con las negociaciones para la liberación del comercio previstas en el Acuerdo Interino.

En virtud de la distribución de competencias de la Unión Europea, el marco jurídico del llamado “Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea” está integrado por el Acuerdo Interino, el Acuerdo Global que, en esencia, contienen los principios sobre los que las Partes deben negociar la liberalización comercial; y dos decisiones que derivan una del Acuerdo Interino y la otra del Acuerdo Global, y que contienen las disciplinas específicas en materia de liberalización.

De acuerdo con la lógica de la arquitectura del Tratado de Libre Comercio, las disposiciones sobre propiedad intelectual están contenidas en la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Interino y la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Global.

En términos generales, dichas disposiciones contemplan la integración de un grupo de expertos en la materia para solucionar controversias antes de que se llegue a un litigio y además, se confirman las obligaciones derivadas de acuerdos internacionales sobre propiedad intelectual a los que México ya está suscrito.

La Decisión del Consejo Conjunto derivada del Acuerdo Interino está integrada por 50 artículos, agrupados en ocho títulos, donde el título V se refiere

al Mecanismo de Consulta para Asuntos de Propiedad Intelectual y el artículo 40 se establece el Comité Especial para Asuntos de Propiedad Intelectual.

El Comité se establece con el propósito de alcanzar soluciones mutuamente satisfactorias en caso de dificultades que afecten la protección de la propiedad intelectual, incluyendo la disponibilidad, adquisición, alcance, mantenimiento y observancia de estos derechos.

La Decisión del Consejo Conjunto que se deriva del Acuerdo Global comprende 46 artículos organizados en 7 títulos, donde el IV se refiere a propiedad intelectual y en el artículo 36 se enlistan las convenciones multilaterales sobre propiedad intelectual.

Dentro del Título IV, artículo 36 de esta Decisión, se distinguen tres tipos de disposiciones: primero, las partes confirman sus obligaciones de ciertos acuerdos multilaterales sobre propiedad intelectual; segundo las Partes confirman la importancia de una convención internacional relativa a las variedades vegetales; y tercero se comprometen a adherirse a otros convenios internacionales.

Artículo 36. "Convenciones multilaterales sobre propiedad intelectual.

- 1.- México, por una parte, y la Comunidad y sus Estados Miembros por la otra, confirman sus obligaciones derivadas de las siguientes convenciones multilaterales:
 - a) El Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (acuerdo sobre los ADPIC, 1994);
 - b) El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (Acta de Estocolmo, 1967);

-
- c) El Convenio de Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (Acta de París, 1971);
 - d) La Convención Internacional sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y los Organismos de Radiodifusión (Roma, 1961); y
 - e) El Tratado de Cooperación en Materia de Patentes (Washington 1970, enmendado en 1979 y modificado en 1984).
- 2.- Las Partes confirman la importancia que le otorgan a las obligaciones derivadas de la Convención Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales, 1978 (Convención UPOV 1978), o la Convención Internacional para la Protección de las Obtenciones Vegetales, 1991,(Convención 1991).
- 3.- A la entrada en vigor de esta Decisión, México y los Estados Miembros de la Comunidad se habrán adherido al Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas (Ginebra 1997, y enmendado en 1979).
- 4.- Dentro de los tres años siguientes a la entrada en vigor de esta Decisión, México y los Estados Miembros de la Comunidad se habrán adherido al Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del depósito de microorganismos a los fines del procedimiento en materia de patentes (1977, modificado en 1980).
- 5.- Las Partes harán todo su esfuerzo para completar, a la brevedad posible, los procedimientos necesarios para su adhesión a las siguientes convenciones multilaterales:
- a) El Tratado de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) sobre Derecho de Autor (Ginebra, 1996);y
 - b) El Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (Ginebra, 1996).

En cumplimiento de lo establecido por este artículo México se adhiere al Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y servicios para el registro de las marcas de 1957, el 21 de Marzo de 2001; y al Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en Materia de Patentes de 1977, el 21 de Marzo de 2001.

El artículo 12 del Acuerdo de la Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Comunidad Europea y sus Estados Miembros, es la base del artículo 36 de la Decisión del Consejo Conjunto del Acuerdo Global, por lo que lo transcribo a continuación:

Artículo 12. Propiedad intelectual, industrial y comercial.

- 1.- “Reafirmando la gran importancia que las Partes otorgan a la protección de los derechos de propiedad intelectual (derechos de autor, incluidos los derechos de autor en los programas de computación y las bases de datos, y los derechos conexos, los derechos relacionados con patentes, diseños industriales, indicaciones geográficas, incluidas las denominaciones de origen, marcas, topografías de circuitos integrados, así como la protección contra la competencia desleal tal como se define en el artículo 10 bis del Convenio de París sobre la Protección de la propiedad Industrial y la protección de la información confidencial), las Partes se comprometen a establecer las medidas apropiadas para asegurar una adecuada y efectiva protección de acuerdo con las normas internacionales más exigentes, incluyendo medios efectivos para hacer valer tales derechos.

Para este efecto, el Consejo Conjunto decidirá:

-
- a) Un mecanismo de consultas con miras a alcanzar soluciones mutuamente satisfactorias en caso de dificultades en la protección de la propiedad intelectual;
 - b) Las medidas específicas que deberán adoptarse para alcanzar el objetivo establecido en el apartado , tomando en cuenta, en particular, las convenciones multilaterales relevantes sobre propiedad intelectual.”

Del artículo 6 del Acuerdo Interino se deriva lo siguiente:

- 1.- “Reafirmando la gran importancia que las Partes otorgan a la protección de los derechos de propiedad intelectual (derechos de autor, incluidos los derechos de derechos de autor en los programas de computación y las bases de datos, y los derechos relacionados con patentes, diseños industriales, indicaciones geográficas, incluidas las denominaciones de origen, marcas, topografías de circuitos integrados, así como la protección contra la competencia desleal tal como se define en el artículo 10 bis del Convenio de París sobre la Protección de la Propiedad Industrial y la protección de la información confidencial), las Partes se comprometen a establecer las medidas apropiadas para asegurar una adecuada y efectiva protección, de acuerdo con las normas internacionales más exigentes, incluyendo medios efectivos para hacer valer tales derechos.
- 2.- Para este efecto, el Consejo Conjunto decidirá un mecanismo de consultas con miras a alcanzar soluciones mutuamente satisfactorias en caso de dificultades en la protección de la propiedad intelectual”.

CONCLUSIONES.

Dentro de la política de apertura comercial que ha implementado el Gobierno Mexicano se le da gran importancia a promover la suscripción de acuerdos comerciales con otros países.

Las negociaciones comerciales internacionales de México se han constituido en pilares fundamentales para la promoción de las exportaciones y constituyen un instrumento importante en la estrategia de crecimiento y modernización del país.

Hasta la fecha y en su deseo por diversificar sus mercados, México ha negociado diversos Tratados y Acuerdos Comerciales. Siguiendo este esquema se lleva a cabo la firma del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea, el cual garantiza un acceso amplio, preferencial y seguro de las exportaciones mexicanas al bloque comercial más grande del mundo. Generando así mayores flujos de inversión extranjera y promoviendo alianzas estratégicas; lo que permite la creación de nuevos empleos en la economía mexicana.

Los Acuerdos y Tratados Comerciales suscritos por México, tienen como objetivo intensificar las relaciones económicas y comerciales, aumentar y diversificar el comercio, coordinar y complementar actividades económicas, en especial en áreas productivas de bienes y servicios, estimular inversiones, facilitar la creación y funcionamiento de empresas bilaterales e intensificar la integración entre los países con el propósito de favorecer las relaciones bilaterales de México.

La Propiedad Intelectual desempeñará un papel cada vez más importante en la escena internacional. Las invenciones dibujos y modelos, marcas, los libros, la música y películas son un elemento indispensable del que se sirven hoy los países.

La protección internacional estimula la creatividad humana, ensancha las fronteras de la ciencia y tecnología, y enriquece el mundo de la literatura y las artes.

Crear un marco estable para la comercialización de los productos de la Propiedad Intelectual facilita el comercio internacional.

En aras del bienestar social y económico México precisa contar con un sólido sistema de Propiedad Intelectual.

La protección de la Propiedad Intelectual estimula el uso del talento inventivo y artístico. Es un incentivo para las inversiones el crear un marco jurídico estable de protección en el que los inversionistas extranjeros tienen la seguridad que se respetaran sus Derechos Intelectuales.

Un sistema eficaz de Propiedad Intelectual va mas allá de las fronteras nacionales y en un entorno mundial cada vez más competitivo contribuye a crear estabilidad y seguridad en cuanto a los derechos protegidos, promoviendo además una observancia rigurosa de esos derechos y evitando así actos ilegales como la falsificación y piratería.

Contemplar la materia de Propiedad Intelectual dentro del Tratado de Libre Comercio con la Unión Europea facilita que los mexicanos obtengan protección en la Comunidad Europea para sus creaciones intelectuales mediante los derechos de Propiedad Intelectual. Dicho Tratado armonizara las legislaciones y procedimientos nacionales e internacionales en la materia, promoverá el intercambio de información entre los Estados Miembros y México.

La coherencia en la aplicación del Tratado de Libre Comercio en la materia de Propiedad Intelectual contribuye a tener un marco internacional estable, inspirando confianza en cuanto al respeto de los Derechos Intelectuales, fomentando las inversiones y el desarrollo económico y el bienestar social.

ANEXOS

ACUERDO COMERCIAL ENTRE MEXICO Y LA UNION EUROPEA.

Acuerdos Bilaterales

El Contenido del Acuerdo Comercial entre México y la Unión Europea

En términos de cobertura, el acuerdo de libre comercio entre la Unión Europea y México es muy amplio. El paquete de medidas recogidas en las dos decisiones del Consejo Conjunto incluye:

1. la liberalización progresiva y recíproca del comercio de bienes y servicios
2. la liberalización de la inversión y pagos relacionados
3. la apertura de los mercados de contratación pública de las partes
4. la protección de los derechos de propiedad intelectual
5. la cooperación en materia de competencia
6. el establecimiento de un mecanismo de solución de controversias

COMERCIO DE BIENES

Productos industriales

El paquete de medidas industriales, que incluye tanto las barreras arancelarias y medidas de efecto equivalente, así como las normas de origen, tiene por objetivo conseguir un acceso efectivo al mercado para los productos de las dos partes. Por lo que respecta a los productos industriales, que constituyen más del 90% del comercio bilateral total de mercancías, la liberalización cubre la totalidad de los productos, y se realizará progresivamente durante un periodo transitorio de 7 años. La Unión Europea abre su mercado muy rápidamente, habiendo eliminando los aranceles para el 82% de las mercancías mexicanas el 1 de julio de 2000 y comprometiéndose a liberalizar todos los productos industriales para el 1 de enero de 2003. México, por su parte, desde el 1 de Julio de 2000 no aplica aranceles a poco menos de la mitad de los productos industriales europeos (48%). Para el 1 de enero de 2003 la liberalización cubrirá el 52% de los productos; en cuanto al 48% restante, que deberá liberalizarse para 2005 o 2007, se acordó un plan específico de desarme arancelario con arreglo al cual para 2003 se aplicará un arancel máximo del 5%. Así, a partir de 2003, si bien la liberalización para los bienes industriales europeos no se habrá realizado por completo, las exportaciones de la UE lograrán un acceso al mercado mexicano equivalente al de los productos de EE.UU. y Canadá.

Además, las tasas base a partir de las cuales se ha iniciado el desarme arancelario han supuesto, para México, el compromiso de eliminar a partir de la fecha de entrada en vigor del acuerdo los incrementos arancelarios del 1 de enero de 1999 así como los incrementos aplicados desde 1995 al calzado y a determinados productos textiles (desarme hasta un nivel del 15% o 20% de los picos arancelarios, que ascendían, antes de la entrada en vigor del acuerdo, al 25% o 35%). Por lo que respecta a la UE, la reducción arancelaria parte de los impuestos del sistema de preferencias generalizado aplicados (SPG) o, cuando no sean aplicables, de los aranceles de nación más favorecida (NMF).

Para el sector del automóvil, que tiene una importancia particular en el comercio bilateral, el acuerdo establece un paquete de medidas específicas. México se compromete a eliminar su decreto para el fomento de la industria automotriz para el 1 de enero de 2004, así como a garantizar un mejor acceso al mercado para los vehículos ligeros originarios de la CE. Para los vehículos europeos importados bajo un muy amplio contingente arancelario - equivalente al 14-15% del mercado mexicano de los mismos - los aranceles se han reducido del 20% al 3.3% en el momento de la entrada en vigor y al 2.2% en 2001. Para 2003 los aranceles para vehículos importados bajo el contingente se habrán eliminado por completo. A diferencia del TLCAN, tendrán también acceso a estas condiciones preferenciales los vehículos de la UE importados por compañías no establecidas en México. Para el 1 de enero de 2007 el contingente se eliminará y los vehículos nuevos serán liberalizados por completo. Por otra parte, el acuerdo prevé un acceso muy favorable a las principales partes y componentes de los coches.

Normas de origen

Las normas de origen acordadas con México, contenidas en el anexo III relativo a la definición de productos originarios, se inspiran en gran medida en las disposiciones de los protocolos estándar de normas de origen de la UE. Por lo que respecta a las normas específicas, las reglas armonizadas de la CE se aplican a la gran mayoría de los productos industriales, así como a los productos agrícolas y pesqueros. No obstante, en algunos ámbitos se requirieron soluciones de compromiso para atender a las preocupaciones específicas de ambas partes. En ciertos sectores se acordó flexibilizar transitoriamente las reglas de la UE, con objeto de dejar a la industria mexicana el tiempo necesario para adaptarse (por ejemplo, para vehículos y prendas de vestir). En otros, las reglas han sido adaptadas para tener en cuenta la inexistencia de materias primas o componentes (determinados productos químicos, partes de coches y maquinaria). Por último, el refuerzo de las reglas en ciertos casos (algunos productos textiles, zapatos) ha sido acompañado por soluciones *ad hoc* para garantizar el acceso preferencial al mercado mexicano

para los productos europeos (es el caso de los contingentes concedidos para el algodón y los tejidos sintéticos o artificiales y para el calzado de la Comunidad).

Productos agrícolas y pesqueros

Para los productos agrícolas, que representan cerca del 7% del comercio bilateral total de mercancías, la liberalización se realizará progresivamente en un periodo transitorio de 10 años, al término del cual el 62% del intercambio quedará plenamente liberalizado. No obstante las sensibilidades específicas de las partes en relación a determinados productos, tanto la UE como México obtuvieron condiciones favorables de acceso a mercado para varias de sus prioridades clave de exportación. La Unión Europea consiguió la liberalización progresiva y total de vinos, bebidas alcohólicas y aceite de oliva; México a cambio obtuvo la eliminación de aranceles para productos de interés exportador como frutas tropicales y hortalizas. Además, la UE concedió condiciones de acceso favorables mediante la apertura de contingentes preferenciales para bienes agrícolas importantes para México como el jugo de naranja concentrado, los aguacates, la miel y las flores cortadas. El paquete de medidas arancelarias se completa con disposiciones sobre medidas sanitarias y fitosanitarias (SFS), creándose un comité especial encargado de atender y resolver los problemas que puedan surgir en este ámbito. Por lo que respecta a la pesca, el acuerdo permitirá liberalizar más del 99% del actual volumen de comercio bilateral.

COMERCIO DE SERVICIOS

En los últimos años el intercambio de servicios entre la UE y México ha incrementado considerablemente su parte en el total del comercio bilateral. En este sector, las partes se comprometieron a liberalizar progresivamente sus mercados más allá de los compromisos contraídos con arreglo al GATS, dentro de un plazo no superior a diez años. El acuerdo abarca todos los sectores - incluidos, entre otros, los servicios financieros, los servicios de telecomunicaciones, la distribución, la energía, el turismo y el medio ambiente - con la única excepción de los servicios audiovisuales, el cabotaje marítimo y los servicios aéreos. A partir de la entrada en vigor, mediante una cláusula de moratoria, las partes se comprometieron a no introducir nuevas restricciones para los operadores de la otra parte, consolidando, en la práctica, el nivel de liberalización existente en las respectivas legislaciones. Además, el acuerdo contiene un mecanismo que permitirá a la UE y México avanzar en el proceso de apertura de sus mercados de servicios en un plazo máximo de 10 años.

INVERSION Y PAGOS RELACIONADOS

En tema de inversión, el acuerdo confirma los compromisos internacionales de las partes en la materia y prevé que dentro de tres años de la entrada en vigor se proceda a una revisión del marco jurídico de las inversiones con el objetivo de evaluar la posibilidad de una ulterior liberalización. Por otro lado, la liberalización de los pagos relacionados con las inversiones se produce a partir de la entrada en vigor del acuerdo.

COMPRAS DE GOBIERNO

El acuerdo establece disposiciones para garantizar el acceso de los operadores mexicanos y europeos a los mercados de contratación pública de la otra parte, siempre que su valor exceda ciertos umbrales establecidos. México concede a las empresas europeas condiciones de acceso similares a las que ofrece a sus socios NAFTA y a cambio la UE reconoce a México los mismos beneficios que otorga a sus socios en el marco del Acuerdo OMC de contratación pública.

PROPIEDAD INTELECTUAL, COMPETENCIA Y SOLUCION DE CONTROVERSIAS

La protección de los derechos de propiedad intelectual, como patentes, marcas comerciales y derechos de autor, se ajusta a las normas internacionales más estrictas. Por otra parte, se crea un Comité especial para atender a las cuestiones relativas a la aplicación efectiva de estos derechos. Por lo que respecta a los temas de competencia, el acuerdo incluye mecanismos de cooperación para permitir y facilitar la aplicación de las respectivas legislaciones de las Partes sobre competencia.

Por último, el paquete de medidas acordado incluye un mecanismo efectivo de solución de controversias destinado a garantizar la aplicación de las disposiciones del acuerdo, sin perjuicio de los respectivos derechos que tienen las Partes en el marco de la OMC.

ACTA FINAL

Los plenipotenciarios de los Estados miembros y de la Comunidad y los plenipotenciarios de los Estados Unidos Mexicanos adoptan la presente Acta Final, relativa a:

- 1) el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre la Comunidad Europea y sus Estados miembros, por una parte, y los Estados Unidos Mexicanos, por otra,
- 2) el Acuerdo Interino sobre comercio y cuestiones relacionadas con el comercio entre la Comunidad Europea, por una parte, y los Estados Unidos Mexicanos, por otra, y
- 3) la Declaración Conjunta entre la Comunidad Europea y sus Estados miembros y los Estados Unidos Mexicanos.

Los plenipotenciarios de:

EL REINO DE BELGICA,
EL REINO DE DINAMARCA,
LA REPUBLICA FEDERAL DE ALEMANIA,
LA REPUBLICA HELENICA,
EL REINO DE ESPAÑA,
LA REPUBLICA FRANCESA,
IRLANDA,
LA REPUBLICA ITALIANA,
EL GRAN DUCADO DE LUXEMBURGO,
EL REINO DE LOS PAISES BAJOS,
LA REPUBLICA DE AUSTRIA,
LA REPUBLICA PORTUGUESA,
LA REPUBLICA DE FINLANDIA,
EL REINO DE SUECIA,
EL REINO UNIDO DE GRAN BRETAÑA E IRLANDA DEL NORTE,

Partes Contratantes del Tratado constitutivo de la COMUNIDAD EUROPEA
denominados en lo sucesivo "Estados miembros", y

LA COMUNIDAD EUROPEA,
denominada en lo sucesivo "la Comunidad",

por una parte,

y los plenipotenciarios de los ESTADOS UNIDOS MEXICANOS,
denominados en lo sucesivo "México",

por otra parte,

reunidos en Bruselas el ocho de diciembre de mil novecientos noventa y siete para la firma del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre la Comunidad Europea y sus Estados miembros, por una parte, y los Estados Unidos Mexicanos, por otra, denominado en lo sucesivo "el Acuerdo", han adoptado los textos siguientes:

- El Acuerdo y su Anexo

Los plenipotenciarios de los Estados miembros y de la Comunidad y los plenipotenciarios de México han adoptado los textos de las Declaraciones Conjuntas enumeradas a continuación y anexas a la presente Acta Final :

Declaración Conjunta de la Unión Europea y México sobre diálogo político (artículo 3 del Acuerdo),

Declaración Conjunta sobre el diálogo a nivel parlamentario,

Declaración Conjunta interpretativa sobre el artículo 4,

Declaración Conjunta sobre el apartado 3 del artículo 24,

Declaración Conjunta sobre el artículo 35.

Los plenipotenciarios de México han tomado nota de las Declaraciones de la Comunidad Europea y/o sus Estados miembros mencionadas a continuación y anexas a la presente Acta Final :

Declaración relativa al artículo 11 del Acuerdo,

Declaración relativa al artículo 12 del Acuerdo.

Los plenipotenciarios de los Estados miembros y de la Comunidad han tomado nota de la Declaración de México mencionada a continuación y anexa a la presente Acta Final :

Declaración respecto del Título I del Acuerdo.

DECLARACIONES CONJUNTAS

DECLARACION CONJUNTA DE LA UNION EUROPEA Y MEXICO SOBRE DIALOGO POLITICO (ARTICULO 3)

1. Preámbulo

La Unión Europea por una Parte y México, por otra,

- conscientes de los lazos históricos, políticos, económicos y culturales que los unen, y de los profundos vínculos de amistad que existen entre sus pueblos,
- considerando su voluntad de reforzar las libertades políticas y económicas que constituyen la base de las sociedades de los países miembros de la Unión Europea y de México,
- reafirmando el valor de la dignidad humana y de la promoción y protección de los derechos humanos como fundamento de las sociedades democráticas, así como el papel esencial de las instituciones democráticas basadas en el Estado de Derecho,
- deseosos de afianzar la paz y la seguridad internacional de conformidad con los principios establecidos en la Carta de las Naciones Unidas,
- compartiendo su interés por la integración regional como instrumento de promoción de un desarrollo sostenible y armonioso de sus pueblos, basado en principios de progreso social y de solidaridad entre sus miembros,
- tomando como base las relaciones privilegiadas instituidas por el Acuerdo Marco de Cooperación firmado entre la Comunidad y México en 1991,
- recordando los principios establecidos en la Declaración Conjunta Solemne firmada en París el 2 de mayo de 1995 entre la Comisión y el Consejo, por una parte, y México, por otra,

han decidido desarrollar sus relaciones recíprocas dotándolas de una perspectiva a largo plazo.

2. Objetivos

La Unión Europea y México consideran que el establecimiento de un diálogo político reforzado constituye un elemento fundamental del acercamiento económico y político previsto y contribuye de

manera determinante a promover los principios enunciados en el preámbulo de la presente Declaración.

Dicho diálogo se basará en la adhesión común de las Partes a la democracia y al respeto de los derechos humanos, así como su voluntad de mantener la paz e instaurar un orden internacional equitativo y estable, de conformidad con la Carta de las Naciones Unidas.

Tendrá por objetivos establecer entre la Unión Europea y México lazos duraderos de solidaridad que contribuyan a la estabilidad y prosperidad de sus regiones respectivas, actuar en favor del proceso de integración regional y fomentar un clima de comprensión y tolerancia entre los pueblos y las culturas respectivas.

El diálogo abordará todos los temas de interés común y estará orientado a abrir la vía de nuevas formas de cooperación en favor de los objetivos comunes, incluso mediante iniciativas conjuntas en el plano internacional, y, más concretamente, en los ámbitos de la paz, la seguridad y el desarrollo regional.

3. Mecanismo del diálogo

El diálogo político entre las Partes se efectuará mediante contactos, intercambios de información y consultas entre los diferentes organismos de México y de la Unión Europea, incluida la Comisión Europea.

Se llevará a cabo, en particular:

- a nivel presidencial,
- a nivel ministerial,
- a nivel de altos funcionarios,
- y mediante el aprovechamiento al máximo de los canales diplomáticos.

Por lo que se refiere a las reuniones presidenciales, se celebrarán encuentros periódicos entre las más altas autoridades de ambas Partes, cuyas modalidades serán definidas por las Partes.

Se celebrarán periódicamente encuentros entre los ministros de Asuntos Exteriores, cuyas modalidades serán definidas por las Partes.

DECLARACION CONJUNTA SOBRE EL DIALOGO A NIVEL PARLAMENTARIO

Las Partes señalan la conveniencia de institucionalizar un diálogo político a nivel parlamentario que se efectuaría mediante contactos entre el Parlamento Europeo y el Congreso de la Unión de México (Cámara de Diputados y Senado de la República).

DECLARACION CONJUNTA INTERPRETATIVA SOBRE EL ARTICULO 4

Los compromisos que emanen del artículo 4 del presente Acuerdo no surtirán efecto hasta que se adopte la decisión a la que se refiere el artículo 5, de conformidad con el artículo 7 de dicho Acuerdo.

DECLARACION CONJUNTA SOBRE EL APARTADO 3 DEL ARTICULO 24

Ambas Partes confirman sus obligaciones multilaterales en lo que se refiere a los servicios de transportes marítimos, a las que se han comprometido como miembros de la OMC, teniendo en cuenta así mismo de sus respectivas obligaciones bajo el "Code of Liberalization of Current Invisible Options" de la OCDE.

DECLARACION CONJUNTA SOBRE EL ARTICULO 35

Ambas Partes se comprometen a otorgar su apoyo institucional, en el ámbito multilateral, para la adopción, entrada en vigor y aplicación del Código Internacional de Conducta para la Pesca Responsable.

DECLARACIONES UNILATERALES

DECLARACION DE LA COMUNIDAD SOBRE EL ARTICULO 11

La Comunidad declara que, hasta que el Consejo Conjunto adopte las normas de aplicación sobre competencia a que se refiere el apartado 2 del artículo 11, evaluará cualquier práctica contraria a las disposiciones de dicho artículo basándose en los criterios derivados de las normas que figuran en los artículos 85, 86 y 92 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, de las que figuran en los artículos 65 y 66 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero y las normas de las Comunidades sobre ayudas estatales, incluido el derecho derivado.

DECLARACION
DE LA COMUNIDAD Y SUS ESTADOS MIEMBROS
SOBRE LA PROPIEDAD INTELECTUAL, INDUSTRIAL Y COMERCIAL
A QUE SE HACE REFERENCIA EN EL ARTICULO 12

La Comunidad y sus Estados miembros entienden que entre las convenciones multilaterales relevantes sobre propiedad intelectual a las que se refiere el Artículo 12.2.b), se incluyen por lo menos las siguientes :

- Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas (Acta de París, 1971, modificado en 1979) ;
- Convención internacional sobre la protección de los artistas intérpretes o ejecutantes, los productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión (Roma 1961) ;
- Convenio de la Unión de París para la protección de la propiedad industrial (Acta de Estocolmo, 1967, modificado en 1979) ;
- Tratado de cooperación en materia de patentes (Washington, 1970, modificado en 1979 y modificado en 1984) ;
- Arreglo de Madrid relativo al registro internacional de marcas (Acta de Estocolmo, 1967 y modificado en 1979) ;
- Protocolo del Arreglo de Madrid relativo al registro internacional de marcas (Madrid 1989);
- Arreglo de Niza relativo a la clasificación internacional de productos y servicios para el registro de marcas (Acta de Ginebra, 1977, modificado en 1979) ;
- Tratado de Budapest sobre reconocimiento internacional del depósito de microorganismos a los fines del procedimiento en materia de patentes (1977, modificado en 1980) ;
- Convenio internacional para la protección de las obtenciones vegetales (U.P.O.V.), (Acta de Ginebra, 1991) ;
- Tratado sobre el Derecho de Marcas (Ginebra, 1994).

DECLARACION
DE MEXICO RESPECTO DEL TITULO I

La política exterior de México se fundamenta en los principios que consagra su Constitución :

La autodeterminación de los pueblos.
 La no intervención.
 La solución pacífica de controversias.
 La proscripción de la amenaza o el uso de la fuerza en las relaciones internacionales.
 La igualdad jurídica de los Estados.
 La cooperación internacional para el desarrollo.
 La lucha por la paz y la seguridad internacionales.

Por su experiencia histórica y el supremo mandato de su Constitución Política, México expresa su plena convicción de que sólo la observancia plena del derecho internacional es fundamento de la paz y del desarrollo. Manifiesta, asimismo, que los principios de convivencia de la comunidad internacional, como se expresan en la Carta de las Naciones Unidas, los principios enunciados en la Declaración Universal de los Derechos Humanos y los principios democráticos, son guía permanente de su participación constructiva en el quehacer internacional y son el marco de referencia en su relación con la Comunidad y sus Estados miembros, regida por el presente Acuerdo, o en su relación con cualquier otro país o grupo de países.

Al mismo tiempo, los plenipotenciarios de la COMUNIDAD EUROPEA,
 denominada en lo sucesivo "la Comunidad",

por una parte, y

los plenipotenciarios de los ESTADOS UNIDOS MEXICANOS,
 denominados en lo sucesivo "México",

por otra parte,

reunidos en Bruselas el ocho de diciembre de mil novecientos noventa y siete para la firma del Acuerdo Interino sobre comercio y cuestiones relacionadas con el comercio entre la Comunidad Europea, por una parte, y los Estados Unidos Mexicanos, por otra, denominado en lo sucesivo el "Acuerdo", han adoptado el texto siguiente :

- El Acuerdo.

Los plenipotenciarios de la Comunidad y los plenipotenciarios de México han adoptado el texto de la Declaración Conjunta indicada a continuación y anexa a la presente Acta Final :

- Declaración Conjunta interpretativa sobre el artículo 2 del Acuerdo.

Los plenipotenciarios de México han tomado nota de la Declaración de la Comunidad mencionada a continuación y anexa a la presente Acta Final :

- Declaración de la Comunidad Europea sobre el artículo 5 del Acuerdo.

DECLARACION CONJUNTA INTERPRETATIVA SOBRE EL ARTICULO 2

Los compromisos que emanen del artículo 2 del presente Acuerdo no surtirán efecto hasta que se adopte la decisión a la que se refiere el artículo 3.

DECLARACION DE LA COMUNIDAD EUROPEA SOBRE EL ARTICULO 5

La Comunidad declara que, hasta que el Consejo Conjunto adopte las normas de aplicación sobre competencia a que se refiere el apartado 2 del artículo 5, evaluará cualquier práctica contraria a las disposiciones de dicho artículo basándose en los criterios derivados de las normas que figuran en los artículos 85, 86 y 92 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea, de las que figuran en los artículos 65 y 66 del Tratado constitutivo de la Comunidad Europea del Carbón y del Acero, y las normas de la Comunidad sobre ayudas estatales, incluido el derecho derivado.

Al mismo tiempo, los plenipotenciarios de los Estados miembros y de la Comunidad y los plenipotenciarios de México han adoptado el texto de la siguiente Declaración Conjunta:

DECLARACION CONJUNTA ENTRE LA COMUNIDAD EUROPEA Y SUS ESTADOS MIEMBROS Y LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS

Con vistas a cubrir de manera adecuada los asuntos a los que se refieren los Títulos III y IV del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación firmado el 8 de diciembre de 1997 en un marco global, la Comunidad Europea y sus Estados miembros y los Estados Unidos Mexicanos se comprometen a lo siguiente :

1. Iniciar y, de ser posible concluir, negociaciones relativas a las medidas para la liberalización del comercio de servicios, de los movimientos de capital y pagos, así como de las medidas relativas a la propiedad intelectual, previstas en los artículos 6, 8, 9 y 12 de dicho Acuerdo, de manera paralela con las negociaciones sobre las medidas y el calendario para la liberalización del comercio de bienes prevista tanto en el artículo 5 de ese Acuerdo como en el artículo 3 del Acuerdo Interino sobre comercio y cuestiones relacionadas con el comercio entre la Comunidad Europea y los Estados Unidos Mexicanos firmado el 8 de diciembre de 1997.

2. Procurar asegurarse de que, sin perjuicio del cumplimiento de sus respectivos procedimientos internos, los resultados de las negociaciones sobre la liberalización del comercio de servicios, de los movimientos de capital y pagos, así como de las medidas relativas a la propiedad intelectual, anteriormente previstas, puedan entrar en vigor lo antes posible, para que se logre el objetivo que comparten las Partes de una liberalización global del comercio que incluya tanto a los bienes como a los servicios, según los términos del artículo 7 del Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación.

¿Qué es la oficina de armonización del mercado interior?

La oficina de Armonización del Mercado Interior (en adelante, OAMI) es un organismo de la Comunidad Europea creado para administrar el Sistema de Marca Comunitaria, con personalidad jurídica propia y autonomía funcional y financiera. Para el cumplimiento de sus fines, posee la capacidad jurídica más amplia que las legislaciones nacionales de los Estados miembros de la U.E. reconozcan a las personas jurídicas. En particular, la Oficina puede adquirir o enajenar bienes inmuebles y muebles, y tendrá capacidad procesal. Asimismo, goza de la aplicación del Protocolo sobre los Privilegios y las Inmunidades de la Unión Europea (U.E.). La representación de la OAMI, en todos los actos públicos y privados en los que participe, corresponde a su Presidente. La OAMI está sujeta al control de los Estados miembros y al control de la Comisión de la U.E.

¿Quién trabaja en la OAMI?

El personal de la OAMI es personal comunitario al que se le aplica el Estatuto de los funcionarios de las Comunidades Europeas, el régimen aplicable a los otros agentes de las Comunidades Europeas y las normas de desarrollo de estas disposiciones, adoptadas de común acuerdo por las instituciones de las Comunidades Europeas. Corresponde a la OAMI aplicar estas normas conforme al régimen general comunitario. La responsabilidad personal de los agentes para con la Oficina se regulará en las disposiciones que fijen en su estatuto o en el régimen que les sea aplicable.

¿Qué idiomas se utilizan en la OAMI?

El reglamento sobre la Marca Comunitaria (RMC) distingue entre *idiomas oficiales de la Unión Europea* e *idiomas de la OAMI*.

IDIOMAS DE LA UNION EUROPEA

Los idiomas oficiales de la Unión Europea son el alemán, danés, español, francés, griego, holandés, inglés, italiano y portugués (9 idiomas). Estos nueve idiomas podrán utilizarse:

- en la redacción y presentación de **la solicitud** de marca comunitaria. **El solicitante podrá optar por cualquiera de los idiomas oficiales de la U.E., a su elección.**
- en las publicaciones de la OAMI previstas en el RMC y su Reglamento de ejecución. Todas las publicaciones serán realizadas en los 9 idiomas oficiales de la U.E.
- en **las inscripciones en el Registro de Marcas Comunitarias**, que **también serán efectuadas en los idiomas oficiales de la U.E.**

IDIOMAS DE LA OAMI

Los idiomas de la OAMI son el **alemán, español, francés inglés e italiano** (5 idiomas). **Todos los procedimientos ante la OAMI se realizarán en los cinco idiomas** de la Oficina; salvo que las partes acuerden utilizar otra lengua oficial de la Comunidad, o que en un procedimiento no exista más partes que el solicitante y éste hubiese presentado su solicitud en un idioma oficial de la U.E. distinto de los cinco idiomas de la Oficina.

¿ Cómo se organiza la OAMI?

La OAMI dispondrá de un **Consejo de Administración**, de un **Comité Presupuestario**, de un **Presidente** y de **dos Vicepresidentes**. Además, la oficina está integrada por las *Divisiones de Examen*, las *Divisiones de Oposición*, la *División de Administración de Marcas y de Cuestiones Jurídicas*, las *Divisiones de Anulación*, y las *Salas de Recurso*

CONSEJO DE ADMINISTRACION

La OAMI tendrá un Consejo de Administración. Este **está compuesto por representantes de cada Estado miembro y un representante de la Comisión Europea**, así como por sus suplentes.

El consejo de Administración elegirá entre sus miembros un Presidente y un Vicepresidente. La duración del mandato del Presidente y del Vicepresidente será de tres años. Este mandato será renovable.

El consejo tiene las siguientes **competencias**:

- Elabora las listas de candidatos a Presidente y Vicepresidentes de la OAMI.
- Determina la fecha a partir de la cual podrán presentarse las solicitudes de Marca Comunitaria, de conformidad con el apartado 3 del artículo 143 del RMC.
- Asesora al Presidente sobre las materias que sean competencia de la Oficina.
- Se le consulta, antes de su adopción, de las directrices relativas al examen que la Oficina habrá de llevar a cabo así como en los demás casos previstos en el presente reglamento.
- Si lo considera necesario, puede presentar dictámenes y solicitar información al Presidente y a la Comisión.

El consejo de Administración se reúne por convocatoria de su Presidente. A sus **sesiones** asistirá el Presidente de la Oficina, que tendrá voz sin derecho a voto en las deliberaciones, a no ser que el Consejo de Administración decida otra cosa. El consejo de Administración se reúne en sesión ordinaria una vez al año; además, se reúne por iniciativa de su Presidente o a petición de la comisión o de un tercio de los Estados miembros. Toma sus **acuerdos** por mayoría simple de los representantes de los Estados miembros. Sin embargo, los nombramientos de candidatos a Presidente y Vicepresidente requieren la mayoría de tres cuartos de los representantes de los Estados miembros. En ambos casos, cada Estado miembro tendrá un solo voto.

COMITE PRESUPUESTARIO

Todos los ingresos y los gastos de la Oficina deben ser objeto de previsiones para cada ejercicio presupuestario, el cual coincide con el año civil. El presupuesto debe estar equilibrado en cuanto a ingresos y gastos. El RMC encomienda al Presidente de la OAMI la elaboración del Presupuesto anual. Y crea un Comité Presupuestario que tiene, entre otros objetivos, aprobar dicho presupuesto.

El Comité Presupuestario está integrado por un representante de cada Estado miembro y un representante de la Comisión, así como sus suplentes. Este Comité elige entre sus miembros un Presidente y un Vicepresidente. La duración del mandato del Presidente y del Vicepresidente será de tres años renovables. Este Comité se reúne una vez al año en sesión ordinaria.

El Comité Presupuestario **aprobará el presupuesto**, que comprende también la plantilla de personal de la Oficina. Corresponde también al Comité Presupuestario aprobar la gestión del presidente de la OAMI en la ejecución del Presupuesto. El Comité Presupuestario, previo dictamen de la Comisión y del Tribunal de Cuentas de las Comunidades Europeas, adoptará las disposiciones financieras internas especificando en particular las modalidades relativas al establecimiento y la ejecución del presupuesto de la Oficina.

PRESIDENCIA Y VICEPRESIDENCIA

La OAMI está dirigida por un Presidente, nombrado por el Consejo de la U.E. sobre la base de una lista de tres candidatos como máximo que haya elaborado el Consejo de Administración. Puede ser revocado por el Consejo de la U.E. a propuesta del consejo de Administración.

La duración del mandato del Presidente será de cinco años como máximo. Este mandato será renovable.

El presidente tiene las siguientes **competencias** para el cumplimiento de sus funciones:

- tomará todas las medidas necesarias, en particular la adopción de instrucciones administrativas internas y la publicación de comunicaciones, con objeto de garantizar el funcionamiento de la Oficina;
- podrá someter a la Comisión cualquier proyecto de modificación del Reglamento, del Reglamento de ejecución, del Reglamento de procedimiento de las Salas de Recurso, del Reglamento relativo a las tasas y de cualquier otra normativa relativa a la marca comunitaria, previa audiencia del Consejo de Administración y, en lo que se refiere al Reglamento relativo a las tasas y a las disposiciones presupuestarias del presente Reglamento, previa audiencia del Comité Presupuestario;
- prepara el estado de los ingresos y los gastos previstos de la Oficina y ejecutará el presupuesto;
- somete anualmente un informe de actividad a la Comisión, al Parlamento Europeo y al Consejo de Administración;
- ejerce, con respecto al personal, los poderes disciplinarios que le otorgan las normas comunitarias;

Asistirán al Presidente dos Vicepresidentes. En caso de ausencia o de impedimento del Presidente, uno de los Vicepresidentes asumirá las funciones de aquél, siguiendo el procedimiento que será fijado por el Consejo de Administración.

Los Vicepresidentes de la Oficina serán nombrados y revocados por el Consejo de la U.E., siguiendo el mismo procedimiento que para el nombramiento del Presidente.

LAS SALAS DE RECURSOS

El RMC crea dentro de la OAMI Salas de Recursos con competencia para pronunciarse sobre los recursos interpuestos **contra las resoluciones de los Examinadores, de las Divisiones de Oposición, de la División de Administración de marcas y de cuestiones jurídicas y de las Divisiones de Anulación.**

Las Salas de Recursos están compuestas por tres miembros, de los que al menos dos serán juristas. **Los miembros** de las salas de Recursos, incluido su Presidente, **se nombran por el Consejo de la U.E.** sobre la base de una lista de tres candidatos que haya elaborado el consejo

de administración. Su nombramiento se produce por periodo de cinco años. Su mandato es renovable.

Los miembros de las Salas son independientes. En consecuencia no están sujetos en sus decisiones por instrucción alguna. Por este motivo, los miembros de las Salas no pueden ser Examinadores, ni de las Divisiones de Oposición, de la División de Administración de marcas y de cuestiones jurídicas, ni de las Divisiones de Anulación.

LOS EXAMINADORES

Los examinadores **tienen competencia para adoptar** en nombre de la Oficina cualesquiera **resoluciones con respecto a las solicitudes de registro de marcas comunitarias**, excepto cuando ello sea competencia de una división de oposición. Su número lo fija el Presidente de la OAMI.

LAS DIVISIONES DE OPOSICION

Las Divisiones de Oposición **resuelven sobre oposición a solicitudes de registro de marcas comunitarias**. Constan de tres miembros y, al menos, uno de sus miembros debe ser jurista. Su número se fija por el Presidente de la OAMI.

LA DIVISION DE ADMINISTRACION DE MARCAS Y DE CUESTIONES JURIDICAS

La División de administración de marcas y de cuestiones jurídicas **tiene competencia para adoptar cualesquiera resoluciones** exigidas por el presente Reglamento **que no sean competencia de un examinador, una División de Oposición o una División de Anulación**. Dicha División lleva la lista de representantes profesionales autorizados. Las resoluciones de la División se adoptan por uno de los miembros de la misma. Su número se determina por el presidente de la OAMI.

LAS DIVISIONES DE ANULACION

Las Divisiones de Anulación son responsables para resolver las solicitudes de caducidad y de nulidad de una marca comunitaria. Cada División de Anulación consta de tres miembros. Al menos uno de ellos es jurista.

Organigrama de la Oficina de Armonización del Mercado Interior.

Estructura administrativa de la oficina

5 direcciones, examen, oposición y anulación.

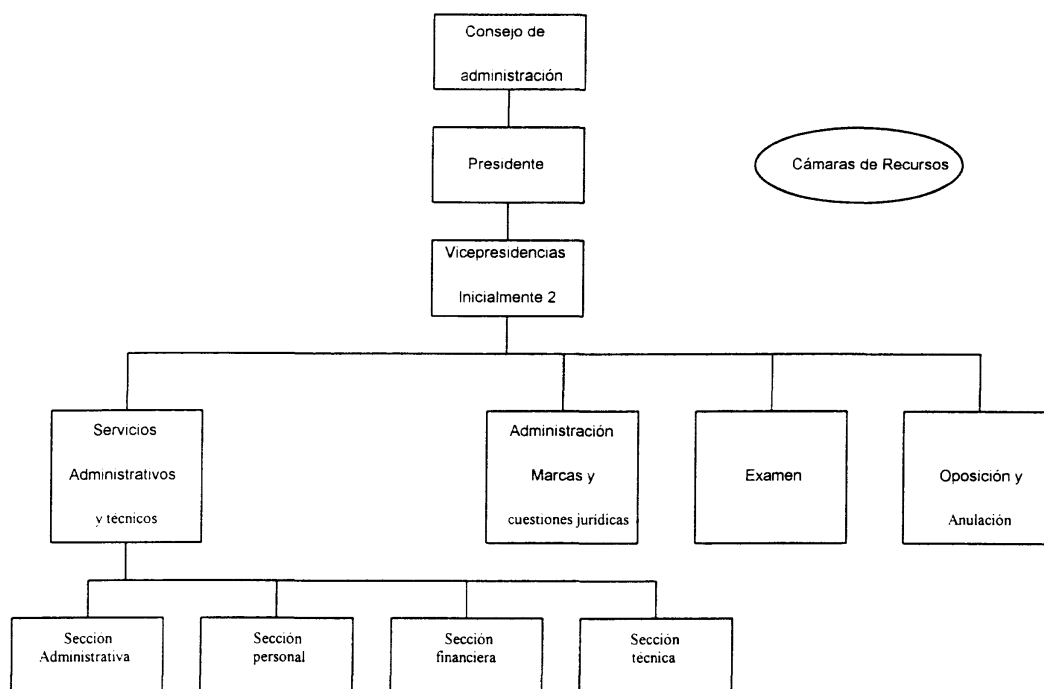
administración de marcas y cuestiones jurídicas.

servicios administrativos y técnicos.

Cada dirección, en principio, está bajo el mando

De un vicepresidente, aunque un vicepresidente

Puede tener varias



Direcciones de interés.

OFICINA DE ARMONIZACION DEL MERCADO INTERIOR (OAMI)
Avenida Aguilera, 20 (Edificio Europa)
03006 ALICANTE
Teléfono: (96) 513 91 07

OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS (OEPM)
C/ Panamá, 1
28071 MADRID
Teléfono: (91) 349 53 00

INSTITUTO DE LA MEDIANA Y PEQUEÑA INDUSTRIA VALENCIANA (IMPIVA)
Plaza del Ayuntamiento, 6
46002 VALENCIA
Teléfono: (96) 351 01 00

ORGANIZACION MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI)

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es una organización intergubernamental con sede en la ciudad de Ginebra, Suiza.

La OMPI se creó en 1967 para promover la protección de la propiedad intelectual en el mundo, mediante la Conferencia de Estocolmo. En 1974 se transformó en un organismo Especializado de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) y recibió el mandato de administrar los asuntos de propiedad intelectual reconocidos por los Estados miembros de la Naciones Unidas. Hoy es uno de los 16 organismos especializados del sistema de las Naciones Unidas.

En la actualidad cuenta con 175 Estados miembros.

En cuanto a su estructura organizativa, la OMPI está compuesta por la Oficina Internacional, una Asamblea General, una Conferencia y un Comité Coordinador.

La OMPI tienen dos objetivos principales y que son:

- a) Fomentar la protección de la propiedad intelectual en el mundo, mediante la cooperación entre los Estados y, eventualmente, con otras organizaciones internacionales.
- b) Asegurar la cooperación administrativa entre las Uniones de Propiedad Intelectual.

La función de la OMPI es promover la protección de la propiedad intelectual en el mundo entero mediante la cooperación de los Estados y administrar varios tratados multilaterales que tratan de los aspectos jurídicos y administrativos de la propiedad intelectual.

México pertenece a la OMPI desde el 14 de junio de 1975. A partir de la década de los ochenta, México ha participado activamente en negociaciones para el establecimiento de tratados multilaterales sobre propiedad intelectual y en reuniones internacionales sobre propiedad intelectual en el marco de la OMPI.

Tratados Administrados por la OMPI

La OMPI promueve la adopción de tratados internacionales, así como el establecimiento de un moderno sistema de protección para el desarrollo nacional e internacional y la cooperación administrativa entre todos sus miembros.

Actualmente la OMPI administra 22 tratados internacionales; 16 sobre propiedad industrial y 6 sobre derechos de autor.

En la actualidad, México es miembro de cuatro Tratados Internacionales administrados por la OMPI en materia de propiedad industrial:

- El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial (1883), desde el 7 de septiembre de 1903.
- El Tratado de Nairobi sobre la Protección del Símbolo Olímpico (1891), desde el 16 de mayo de 1996.
- El Arreglo de Lisboa Relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional (1958), desde el 25 de septiembre de 1966. (Acta de Lisboa).

En materia de Derechos de Autor y Derechos Conexos:

- Convenio Berna para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (1886), desde el 11 de junio de 1967.
- Convenio de Roma sobre la Protección de los Artistas Intérpretes o Ejecutantes, los Productores de Fonogramas y Organismos de Radiodifusión (1961), desde el 18 de mayo de 1964.
- Convenio de Ginebra para la Protección de los Productores de Fonogramas contra la reproducción no Autorizada de sus Fonogramas (1971), desde el 21 de diciembre de 1973.
- Tratado de la OMPI sobre Derecho de Autor (1996), firmado el 24 de febrero del 2000.
- Tratado de la OMPI sobre Interpretación o Ejecución y Fonogramas (1996), firmado el 11 de mayo de 1999.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE COMERCIO (OMC)

La Organización Mundial de Comercio (OMC) es un organismo internacional con sede en la Ciudad de Ginebra, Suiza, creada el 1º de enero de 1995, en virtud de las negociaciones de la Ronda de Uruguay (1986-1994).

Actualmente cuenta con 135 países miembros y sus principales funciones son:

- Administra los acuerdos comerciales de la OMC

- Foro para negociaciones comerciales
- Trata de resolver las diferencias comerciales
- Supervisa las políticas comerciales nacionales
- Asistencia técnica y cursos de formación para los países en desarrollo
- Cooperación con otras organizaciones internacionales

En 1995 México suscribió el Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial de Comercio (OMC), el cual contiene en su Anexo 1C el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC).

Desde que fue suscrito el Acuerdo ADPIC, se inició la implementación gradual de los compromisos que adquirió este país con dicho Acuerdo, el cual ha abarcado aspectos legislativos en institucionales en todas las áreas de propiedad intelectual, mediante un proceso de notificación de legislación. Es importante señalar, que este Instituto participa activamente en las reuniones del Consejo del Acuerdo ADPIC.

El Acuerdo ADPIC es hoy en día el acuerdo multilateral sobre propiedad intelectual más acabado y completo. El Acuerdo ADPIC establece principios básicos para la protección de la propiedad intelectual; normas o estándares mínimos de protección; disposiciones de observancia; disposiciones para la adquisición y mantenimiento de los derechos de propiedad intelectual; y un mecanismo de prevención y solución de diferencias. Es decir, el Acuerdo no trata de armonizar leyes, simplemente provee un nivel internacional mínimo para la protección de los derechos de propiedad intelectual.

Estándares Mínimos de Protección

Se establecen estándares mínimos de protección que deben ser concedidos por cada Miembro respecto de las áreas de propiedad intelectual cubiertas por el Acuerdo ADPIC y que son:

- a. Derechos de autor y derechos conexos (ejemplo: derechos de los artistas intérpretes y ejecutantes, productores de fonogramas y organismos de radiodifusión).
- b. Marcas (incluyendo marcas de servicio).
- c. Indicaciones geográficas.
- d. Diseños industriales.
- e. Patentes (incluyendo la protección de nuevas variedades vegetales).

- f. Esquemas de trazado de circuitos integrados.
- g. Información no divulgada.

El Acuerdo establece estos estándares primero, requiriendo que las obligaciones sustantivas de los principales acuerdos de la OMPI, es decir el Convenio de París y el Convenio de Berna, se cumplan, con algunas excepciones y segundo, el Acuerdo ADPIC añade un número considerable de obligaciones sustantivas en las áreas en donde los Convenios existentes eran insuficientes.

Observancia

Esta parte que se refiere a los procedimientos y recursos nacionales para la observancia de los derechos de propiedad intelectual es uno de los aspectos más importantes del Acuerdo ADPIC. El Acuerdo establece ciertos principios generales aplicables a todos los procedimientos de observancia de los derechos de propiedad intelectual. Asimismo, contiene disposiciones sobre procedimientos y recursos civiles y administrativos; medidas provisionales; requerimientos especiales para medidas de observancia en la frontera; y, procedimientos penales. Estas disposiciones especifican con detalle los procedimientos y recursos que deben ofrecerse a los titulares para el ejercicio de sus derechos.

Prevención y Solución de Controversias

Esta Parte indica que con relación a las diferencias entre los Miembros de la OMC respecto de las obligaciones del Acuerdo ADPIC, éstos de tendrán que someterse a los procedimientos de solución de controversias de la OMC.

Entrada en Vigor

Dentro de la parte "Disposiciones Transitorias" se establece la entrada en vigor del Acuerdo, dando períodos de transitorios para la aplicación del Acuerdo a los países en desarrollo, a fin de que introduzcan en sus leyes, reglamentos o prácticas las disposiciones del presente Acuerdo. En México el Acuerdo ADPIC entró en vigor el 1º de enero del año 2000.

Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los fines del Procedimiento en Materia de Patentes establecido en Budapest el 28 de abril de 1977

FUENTE: OMPI

Datos bibliográficos

69S

Organización: OMPI

Título abreviado: Tratado de Budapest

Tema: PAT

Identificación del texto: WO-BUD

Publicación de la OMPI: No. 277 (S)

WDN: 3730P.ASC (WO-BUD-S.ASC)

DISPOSICIONES PRELIMINARES

Artículo 1

Constitución de una Unión

Los Estados parte en el presente Tratado (denominados en adelante "los Estados contratantes"), se constituyen en Unión para el reconocimiento internacional del depósito de microorganismos a los fines del procedimiento en materia de patentes.

Artículo 2

Definiciones

A los fines del presente Tratado y de su Reglamento se entenderá:

- i) Toda referencia a una "patente" como una referencia a patentes de invención, certificados de inventor, certificados de utilidad, modelos de utilidad, patentes o certificados de adición, certificados de inventor de adición y certificados de utilidad de adición;
- ii) Por "depósito de un microorganismo", y según el contexto en el que figuren estas palabras, los actos siguientes cumplidos de conformidad con el presente Tratado y su Reglamento: la transmisión de un microorganismo a una autoridad internacional de

- depósito, que lo recibe y acepta, o la conservación de tal microorganismo por la autoridad internacional de depósito, o la transmisión y conservación simultáneamente;
- iii) Por "procedimiento en materia de patentes" todo procedimiento administrativo o judicial relacionado con una solicitud de patente o con una patente;
 - iv) Por "publicación a los fines del procedimiento en materia de patentes" la publicación oficial, o la puesta a disposición del público oficialmente para inspección, de una solicitud de patente o de una patente;
 - v) Por "organización intergubernamental de propiedad industrial" una organización que ha presentado una declaración en virtud del Artículo 9.1);
 - vi) Por "oficina de la propiedad industrial" una autoridad de un Estado contratante o de una organización intergubernamental de propiedad industrial, que sean competentes para la concesión de patentes;
 - vii) Por "institución de depósito" una institución encargada de la recepción, aceptación y conservación de microorganismos y de la entrega de muestras de éstos;
 - viii) Por "autoridad internacional de depósito" una institución de depósito que haya adquirido el estatuto de autoridad internacional de depósito, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 7;
 - ix) Por "depositante" la persona natural o jurídica que transmite un microorganismo a una autoridad internacional de depósito, la cual lo recibe y acepta, así como todo causahabiente de la citada persona;
 - x) Por "Unión" la Unión mencionada en el Artículo 1;
 - xi) Por "Asamblea" la Asamblea prevista en el Artículo 10;
 - xii) Por "Organización" la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual;
 - xiii) Por "Oficina Internacional" la Oficina Internacional de la Organización y, mientras existan, las Oficinas Internacionales Reunidas para la Protección de la Propiedad Intelectual (BIRPI);
 - xiv) Por "Director General" el Director General de la Organización;
 - xv) Por "Reglamento" el Reglamento previsto en el Artículo 12.

CAPITULO I

DISPOSICIONES SUSTANTIVAS

Artículo 3

Reconocimiento y efectos del depósito de microorganismos

1)

- a) Los Estados contratantes que permitan o exijan el depósito de microorganismos a los fines del procedimiento en materia de patentes reconocerán, a los fines de este procedimiento, el depósito de un microorganismo efectuado ante una autoridad internacional de depósito. Este reconocimiento comprende el hecho y la fecha del depósito, tal como los indique la autoridad internacional de depósito, así como el reconocimiento de que lo que se entrega en calidad de muestra, es una muestra del microorganismo depositado.
- b) Todo Estado contratante podrá exigir una copia del recibo del depósito previsto en el apartado a), expedido por la autoridad internacional de depósito.

2) En lo que se refiere a las materias reguladas por el presente Tratado y su Reglamento, ningún Estado contratante podrá exigir que se cumplan exigencias diferentes o suplementarias de las previstas en los citados Tratado y Reglamento.

Artículo 4

Nuevo depósito

1)

- a) Cuando por cualquier razón la autoridad internacional de depósito no pueda entregar muestras del microorganismo depositado, y en particular:
 - i) cuando el microorganismo ya no sea viable, o
 - ii) cuando la entrega de muestras requeriría su envío al extranjero y este envío o la recepción de las muestras en el extranjero se verían impedidos por restricciones a la exportación o a la importación,

Esta autoridad notificará al depositante, en el plazo más breve posible tras haber comprobado este impedimento, que se encuentra en la imposibilidad de entregar las muestras, indicándole los motivos; sin perjuicio de lo previsto en el apartado 2) y conforme a las disposiciones del presente párrafo, el depositante tendrá el derecho de efectuar un nuevo depósito del microorganismo objeto del depósito inicial.

- b) El nuevo depósito se efectuará ante la misma autoridad internacional de depósito que se haya efectuado el depósito inicial; no obstante,
 - i) Se efectuará ante otra autoridad internacional de depósito si la institución en la que se efectuó el depósito inicial ha cesado de tener el estatuto de autoridad internacional de depósito, tanto en su totalidad como respecto al tipo de microorganismo al que pertenece el depositado, o si la autoridad internacional de depósito ante la que se efectuó el depósito inicial interrumpe el ejercicio de sus funciones, temporal o definitivamente, respecto a los microorganismos depositados;
 - ii) Puede efectuarse ante otra autoridad internacional de depósito en el caso previsto en el apartado a)ii).
 - c) Todo nuevo depósito deberá acompañarse de una declaración firmada por el depositante, afirmando que el microorganismo objeto del nuevo depósito es el mismo que el que fue objeto del depósito inicial. Si se impugna la afirmación del depositante, la carga de la prueba estará regulada por la legislación aplicable.
 - d) Sin perjuicio de lo dispuesto en los apartados a) a c) y e), se tratará al nuevo depósito como si hubiera sido efectuado en la fecha del depósito inicial, si todas las declaraciones anteriores sobre la viabilidad del microorganismo objeto del depósito inicial han indicado que el microorganismo era viable y si el nuevo depósito se ha efectuado en el plazo de tres meses a partir de la fecha en la que el depositante recibió la notificación prevista en el apartado a).
 - e) Cuando sea aplicable el apartado b)i) y el depositante no haya recibido la notificación prevista en el apartado a) en un plazo de 6 meses a partir de la fecha en la que el cese, la limitación o la interrupción del ejercicio de las funciones previsto en el apartado b)i) haya sido publicado por la Oficina Internacional, el plazo de tres meses establecido en el apartado d) se calculará a partir de la fecha de esta publicación.
- 2) Cuando el microorganismo depositado haya sido transferido a otra autoridad internacional de depósito, no existirá el derecho previsto en el párrafo 1)a) mientras esta autoridad esté en condiciones de entregar muestras de dicho microorganismo.

Artículo 5

Restricciones a la exportación y a la importación

Cada Estado contratante reconoce el gran interés de que, si existen restricciones a la exportación desde su territorio o la importación al mismo de determinados tipos de microorganismos, y en la medida en que lo esté, tal restricción no se aplique a los microorganismos que están depositados o destinados a ser depositados en virtud del presente Tratado, mas que en el caso en que esta restricción sea necesaria en consideración de la seguridad nacional o de riesgos para la salud o el medio ambiente.

Artículo 6

Estatuto de autoridad internacional de depósito

- 1) Para tener derecho al estatuto de autoridad internacional de depósito, una institución de depósito deberá estar domiciliada en el territorio de un Estado contratante y gozar de seguridades, proporcionadas por dicho Estado, según las cuales esta institución reúne y continuará reuniendo las condiciones enumeradas en el párrafo 2).

Estas seguridades también podrán proporcionarse por una organización intergubernamental de propiedad industrial; en este caso, la institución de depósito deberá estar domiciliada en el territorio de un Estado miembro de dicha organización.

- 2) En su calidad de autoridad internacional de depósito, la institución de depósito deberá:
 - i) Tener existencia permanente;
 - ii) Poseer, de conformidad con el Reglamento, el personal y las instalaciones necesarios para el cumplimiento de las funciones científicas y administrativas que le correspondan en virtud del presente Tratado;
 - iii) Ser imparcial y objetiva;
 - iv) Estar a disposición de cualquier depositante, en las mismas condiciones, a los fines del depósito;
 - v) Aceptar en depósito microorganismos de todos los tipos o de algunos de entre ellos, examinar su viabilidad y conservarlos, de conformidad con el Reglamento;
 - vi) Expedir un recibo al depositante, así como toda declaración requerida sobre su viabilidad, de conformidad con el Reglamento;

- vii) Observar el secreto respecto a los microorganismos depositados, de conformidad con el Reglamento;
- viii) Entregar muestras de todo microorganismo depositado, en las condiciones y de conformidad con el procedimiento prescritos en el Reglamento.

3) El Reglamento establecerá las medidas que habrán de adoptarse:

- i) Cuando una autoridad internacional de depósito interrumpa el ejercicio de sus funciones, temporal o definitivamente, respecto de microorganismos depositados o se niegue a aceptar tipos de microorganismos que debería aceptar en virtud de las garantías suministradas;
- ii) En caso de cese o de limitación del estatuto de autoridad internacional de depósito de una autoridad internacional de depósito.

Artículo 7

Adquisición del estatuto de autoridad internacional de depósito

1)

- a) Una institución de depósito adquiere el estatuto de autoridad internacional de depósito en virtud de una comunicación escrita dirigida al Director General por el Estado contratante en cuyo territorio esté domiciliada la institución de depósito, y que deberá incluir una declaración comprensiva de las seguridades de que dicha institución reúne y continuará reuniendo las condiciones enumeradas en el Artículo 6.2). Dicho estatuto podrá adquirirse igualmente en virtud de una comunicación escrita dirigida al Director General por una organización intergubernamental de propiedad industrial que incluya la declaración mencionada.
- b) La comunicación también contendrá informaciones sobre la institución de depósito, conforme al Reglamento, y podrá indicar la fecha en la que deberá entrar en vigor el estatuto de autoridad internacional de depósito.

2)

- a) Si el Director General comprueba que la comunicación comprende la declaración requerida y que todas las informaciones exigidas se han recibido, dicha comunicación se publicará por la Oficina Internacional lo antes posible.
- b) El estatuto de autoridad internacional de depósito será adquirido a partir de la fecha de publicación de la comunicación o, cuando se indique otra fecha en virtud del apartado 1)b) y esta fecha sea posterior a la de publicación de la comunicación a partir de esa fecha.

- 3) El Reglamento establecerá los detalles del procedimiento previsto en los párrafos 1) y 2)

Artículo 8

Cese y limitación del estatuto de autoridad internacional de depósito

1)

- a) Todo Estado contratante o toda organización intergubernamental de propiedad industrial podrá requerir de la Asamblea la terminación del estatuto de autoridad internacional de depósito de una autoridad, o que lo limite a determinados tipos de microorganismos, en razón de no haberse cumplido las condiciones enumeradas en el Artículo 6 o que hayan dejado de cumplirse. Sin embargo, una petición de esta clase no podrá presentarse por un Estado contratante o una organización intergubernamental de propiedad industrial con respecto a una autoridad internacional de depósito para la que ese Estado o esta organización haya hecho la declaración prevista en el Artículo 7.1)a).
- b) Antes de presentar la petición en virtud del apartado a), el Estado contratante o la organización intergubernamental de propiedad industrial notificará, por conducto del Director General, al Estado contratante o a la organización intergubernamental de propiedad industrial que haya hecho la comunicación prevista en el Artículo 7.1), los motivos de la petición prevista, con el objeto de que el citado Estado o dicha organización puedan adoptar las medidas apropiadas para que la presentación de la petición no sea necesaria, en un plazo de seis meses a partir de la fecha de la notificación.
- c) Si la Asamblea comprueba que la petición está debidamente fundamentada, decidirá la terminación del estatuto de autoridad internacional de depósito de la autoridad mencionada en el apartado a) o limitarla a determinados tipos de microorganismos. La decisión de la Asamblea exigirá una mayoría de dos tercios a favor de la petición.

2)

- a) El Estado contratante o la organización intergubernamental de propiedad industrial que hayan formulado la declaración prevista en el Artículo 7.1)a) podrá, mediante una comunicación dirigida al Director General, retirar esta declaración completamente o sólo respecto a determinados tipos de microorganismos y deberá hacerlo en todo caso cuando sus seguridades ya no sean aplicables, y en la medida en que no lo sean.
- b) A partir de la fecha prevista en el Reglamento, una comunicación de este tipo tendrá por consecuencia el cese del estatuto de autoridad internacional de depósito, si se refiere a la declaración en su totalidad y, si se refiere solamente a determinados tipos de microorganismos, una limitación correspondiente de su estatuto.

- 3) El Reglamento fijará los detalles del procedimiento previsto en los párrafos 1) y 2).

Artículo 9

Organizaciones intergubernamentales de propiedad industrial

1)

a) Toda organización intergubernamental, a la que varios Estados contratantes hayan confiado la misión de conceder patentes de carácter regional y de la que todos sus Estados miembros lo sean de la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (Unión de París), podrá presentar al Director General una declaración en virtud de la cual acepte la obligación de reconocimiento prevista en el Artículo 3.1)a), la obligación relativa a las exigencias previstas en el Artículo 3.2) y todos los efectos de las disposiciones del presente Tratado y de su Reglamento, que sean aplicables a las organizaciones intergubernamentales de propiedad industrial. Si se presenta antes de la entrada en vigor del presente Tratado, de conformidad con el Artículo 16.1), la declaración prevista en la frase precedente será efectiva a partir de la fecha de esa entrada en vigor. Si se presenta después de dicha entrada en vigor, la citada declaración será efectiva tres meses después de su presentación, salvo si en la declaración se indica una fecha posterior. En este último caso, la declaración será efectiva en la fecha así indicada.

b) La citada organización tendrá el derecho previsto en el Artículo 3.1)b) .

2) En caso de revisión o modificación de cualquier disposición del presente Tratado o de su Reglamento, que afecte a las organizaciones intergubernamentales de propiedad industrial, cualquier organización intergubernamental de propiedad industrial podrá retirar la declaración prevista en el párrafo 1) mediante notificación dirigida al Director General. El retiro será efectivo:

i) Si la notificación se ha recibido antes de la fecha de entrada en vigor de la revisión o de la modificación, en esta fecha;

ii) Si la notificación se ha recibido después de la fecha prevista en el apartado i), en la fecha indicada en la notificación, o en ausencia de tal indicación, tres meses después de la fecha en la que la notificación haya sido recibida.

3) Además del caso previsto en el párrafo 2), toda organización de propiedad industrial podrá retirar la declaración prevista en el párrafo 1)a) mediante notificación dirigida al Director General. El retiro será efectivo dos años después de la fecha en la que el Director General haya recibido la notificación. No se admitirá ninguna notificación de retiro, conforme al

presente párrafo, durante un período de cinco años a partir de la fecha en que la declaración haya tomado efecto.

- 4) El retiro previsto en los párrafos 2) o 3) por una organización intergubernamental de propiedad industrial, cuya comunicación según el Artículo 7.1) haya conducido a la adquisición por una institución de depósito del estatuto de autoridad internacional de depósito, entrañará el cese de este estatuto un año después de la fecha en la que el Director General haya recibido la notificación de retiro.
- 5) La declaración prevista en el párrafo 1)a), la notificación de retiro prevista en los párrafos 2) o 3), las seguridades suministradas en virtud del Artículo 6.1), segunda frase, incluso comprendidas en una declaración formulada de conformidad con el Artículo 7.1)a), la petición presentada en virtud del Artículo 8.1) y la comunicación de retiro prevista en el Artículo 8.2), requerirán la expresa aprobación previa del órgano soberano de la organización intergubernamental de propiedad industrial cuyos miembros sean todos los Estados miembros de dicha organización y en el que las decisiones se adopten por los representantes oficiales de los gobiernos de estos Estados.

CAPITULO II

DISPOSICIONES ADMINISTRATIVAS

Artículo 10

Asamblea

- 1)
 - a) La Asamblea estará compuesta por los Estados contratantes.
 - b) Cada Estado contratante estará representado por un delegado, quien podrá estar asistido por suplentes, asesores y expertos.
 - c) Cada organización intergubernamental de propiedad industrial estará representada por observadores especiales en las reuniones de la Asamblea y de todo comité o grupo de trabajo creados por la Asamblea.
 - d) Todo Estado no miembro de la Unión, pero miembro de la Organización o de la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (Unión de París), y toda organización intergubernamental especializada en materia de patentes, que no sea una

organización intergubernamental de propiedad industrial en el sentido del Artículo 2.v), podrán hacerse representar por observadores en las reuniones de la Asamblea y, si la Asamblea así lo decide, en las reuniones de todo comité o grupo de trabajo creados por la Asamblea.

2)

a) La Asamblea:

- i) Tratará de todas las cuestiones relativas al mantenimiento y desarrollo de la Unión y a la aplicación del presente Tratado;
- ii) Ejercerá los derechos que le sean especialmente conferidos y cumplirá las tareas que le estén expresamente asignadas por el presente Tratado;
- iii) Dará al Director General las instrucciones relativas a la preparación de las conferencias de revisión;
- iv) Examinará y aprobará los informes y las actividades del Director General relativos a la Unión y le dará las instrucciones oportunas sobre las cuestiones de la competencia de la Unión;
- v) Creará los comités y grupos de trabajo que estime conveniente para facilitar las actividades de la Unión;
- vi) Decidirá, sin perjuicio de lo dispuesto en el párrafo 1)d), cuáles son los Estados distintos de los Estados contratantes, cuáles las organizaciones intergubernamentales distintas de las organizaciones intergubernamentales de propiedad industrial en el sentido del Artículo 2.v), y cuáles son las organizaciones internacionales no gubernamentales que serán admitidos a sus reuniones en calidad de observadores, y decidirá en qué medida las autoridades internacionales de depósito serán admitidas a sus reuniones en calidad de observadores;
- vii) Empezará toda acción apropiada para el cumplimiento de los objetivos de la Unión;
- viii) Se encargará de todas las demás funciones procedentes en el marco del presente Tratado.

b) En cuestiones que interesen igualmente a otras Uniones administradas por la Organización, la Asamblea adoptará sus decisiones teniendo en cuenta el dictamen del Comité de Coordinación de la Organización.

3) Cada delegado no podrá representar más que a un Estado y sólo podrá votar en su nombre.

4) Cada Estado contratante dispondrá de un voto.

5)

- a) La mitad de los Estados contratantes constituirá el quórum.
- b) Aun cuando este quórum no se consigna, la Asamblea podrá adoptar decisiones; sin embargo y, salvo las relativas a su propio procedimiento, estas decisiones sólo serán ejecutivas cuando se consigan el quórum y la mayoría requerida mediante el voto por correspondencia previsto por el Reglamento.

6)

- a) Sin perjuicio de lo dispuesto en los Artículos 8.1)c), 12.4) y 14.2)b), las decisiones de la Asamblea se adoptarán por mayoría de votos.
- b) La abstención no se considerará como un voto.

7)

- a) La Asamblea se reunirá una vez cada tres años en sesión ordinaria mediante convocatoria del Director General, preferentemente durante el mismo período y en el mismo lugar que el Comité de Coordinación de la Organización.
- b) La Asamblea se reunirá en sesión extraordinaria mediante convocatoria del Director General, bien a iniciativa de éste, bien a solicitud de la cuarta parte de los Estados contratantes.

8) La Asamblea adoptará su reglamento interno.

Artículo 11

Oficina Internacional

1) La Oficina Internacional:

- i) Se encargará de las tareas administrativas que incumban a la Unión y, en particular, de las que le estén especialmente asignadas por el presente Tratado o por la Asamblea;
- ii) Se encargará del secretariado de las conferencias de revisión, de la Asamblea, de los comités y grupos de trabajo creados por ésta y de cualquier otra reunión convocada por el Director General y que trate de cuestiones relativas a la Unión.

2) El Director General es el más alto funcionario de la Unión y la representa.

-
- 3) El Director General convocará todas las reuniones que traten de cuestiones que interesen a la Unión.
- 4)
- a) El Director General y cualquier miembro del personal por él designado, participarán, sin derecho a voto, en todas las reuniones de la Asamblea, de los Comités y grupos de trabajo establecidos por ésta y en cualquier otra reunión convocada por el Director General y que trate de cuestiones que interesen a la Unión
 - b) El Director General o un miembro del personal por él designado, será de oficio secretario de la Asamblea y de los Comités, grupos de trabajo y otras reuniones mencionadas en el apartado a).
- 5)
- a) El Director General preparará las conferencias de revisión de acuerdo con las directrices de la Asamblea.
 - b) El Director General podrá consultar a las organizaciones intergubernamentales e internacionales no gubernamentales respecto a la preparación de las conferencias de revisión.
 - c) El Director General y las personas que él designe participarán, sin derecho a voto, en las deliberaciones de las conferencias de revisión.
 - d) El Director General o cualquier miembro del personal que él designe, será de oficio secretario de toda conferencia de revisión.

Artículo 12

Reglamento

- 1) El Reglamento contendrá disposiciones relativas:
- i) A las cuestiones sobre las que el presente Tratado se remite expresamente al Reglamento o prevé específicamente que son o serán objeto de disposiciones reglamentarias;
 - ii) A todos los requisitos, cuestiones o procedimientos de carácter administrativo;
 - iii) A todos los detalles útiles para la ejecución de las disposiciones del presente Tratado.
- 2) El Reglamento se adoptará al mismo tiempo que el presente Tratado, del que formará parte integrante.

- 3) La Asamblea podrá modificar el Reglamento.
- 4)
 - a) Sin perjuicio de lo dispuesto en el apartado b), la adopción de cualquier modificación del Reglamento requerirá una mayoría de dos tercios de los votos.
 - b) La adopción de cualquier modificación relativa a la entrega por las autoridades internacionales de depósito de muestras de los microorganismos depositados, exigirá que ningún Estado contratante vote contra la modificación propuesta.
- 5) En caso de divergencia entre el texto del presente Tratado y el del Reglamento, prevalecerá el texto del Tratado.

CAPITULO III

REVISION Y MODIFICACIÓN

Artículo 13

Revisión del Tratado

- 1) El presente Tratado podrá ser objeto de revisiones periódicas, mediante conferencias de los Estados contratantes.
- 2) La convocatoria de las conferencias de revisión será decidida por la Asamblea.
- 3) Los Artículos 10 y 11 podrán ser modificados por una conferencia de revisión o por el procedimiento previsto en el Artículo 14.

Artículo 14

Modificación de determinadas disposiciones del Tratado

- 1)
 - a) Las propuestas de modificación de los Artículos 10 y 11, hechas en virtud del presente artículo, podrán ser presentadas por cualquier Estado contratante o por el Director General.
 - b) Esas propuestas serán comunicadas por el Director General a los Estados contratantes, al menos seis meses antes de ser sometidas a examen por la Asamblea.

2)

- a) Toda modificación de las disposiciones previstas en el párrafo 1) será adoptada por la Asamblea.
- b) La adopción de cualquier modificación del Artículo 10 requerirá los cuatro quintos de los votos emitidos; la adopción de cualquier modificación del Artículo 11 requerirá los tres cuartos de los votos emitidos.

3)

- a) Toda modificación de las disposiciones previstas en el párrafo 1) entrará en vigor un mes después de que el Director General haya recibido notificaciones escritas de su aceptación, conforme a sus respectivos procedimientos constitucionales, de tres cuartos de los Estados contratantes miembros de la Asamblea en el momento de la adopción de la modificación.
- b) Toda modificación de dichos artículos así aceptada, será obligatoria para todos los Estados contratantes que lo fuesen en el momento en que la Asamblea adoptó la modificación; sin embargo, toda modificación que cree obligaciones financieras a los Estados contratantes o que las aumente, sólo obligará a los que hayan notificado la aceptación de la modificación.
- c) Cualquier modificación que sea aceptada y que entre en vigor conforme al apartado a) obligará a todos los Estados que lleguen a ser Estados contratantes con posterioridad a la fecha en la que la modificación haya sido adoptada por la Asamblea.

CAPITULO IV

CLAUSULAS FINALES

Artículo 15

Procedimiento para ser parte en el Tratado

- 1) Todo Estado miembro de la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (Unión de París), podrá ser parte en el presente Tratado mediante:
 - i) Su firma, seguida del depósito del instrumento de ratificación, o
 - ii) El depósito de un instrumento de adhesión.
- 2) Los instrumentos de ratificación o de adhesión se depositarán en poder del Director General.

Artículo 16

Entrada en vigor del Tratado

- 1) El presente Tratado entrará en vigor, respecto a los cinco primeros Estados que hayan depositado sus instrumentos de ratificación o de adhesión, tres meses después de la fecha en la que se haya depositado el quinto instrumento de ratificación o de adhesión.
- 2) El presente Tratado entrará en vigor, respecto a cualquier otro Estado, tres meses después de la fecha en la que este Estado haya depositado su instrumento de ratificación o de adhesión, excepto si en el instrumento de ratificación o de adhesión se indica una fecha posterior. En este último caso, el presente Tratado entrará en vigor respecto a ese Estado en la fecha así indicada.

Artículo 17

Denuncia del Tratado

- 1) Todo Estado contratante podrá denunciar el presente Tratado mediante notificación dirigida al Director General.
- 2) La denuncia surtirá efecto dos años después de la fecha en la que el Director General haya recibido la notificación.
- 3) La facultad de denuncia del Tratado, prevista en el párrafo 1), no podrá ejercitarse por un Estado antes de la expiración de un plazo de cinco años a contar de la fecha desde la cual es parte en el presente Tratado.
- 4) La denuncia del Tratado por un Estado contratante que haya hecho la declaración prevista en el Artículo 7.1)a), respecto de una institución de depósito que haya adquirido de esta forma el estatuto de autoridad internacional de depósito, tendrá por consecuencia el cese de este estatuto un año después de la fecha en la que el Director General haya recibido la notificación prevista en el párrafo 1).

Artículo 18

Firma e idiomas del Tratado

- 1)
 - a) El presente Tratado se firmará en un solo ejemplar original en los idiomas francés e inglés, considerándose igualmente auténticos ambos textos.

- b) El Director General, previa consulta con los gobiernos interesados, y en los dos meses siguientes a la firma del presente Tratado, establecerá textos oficiales en los demás idiomas en que fue firmado el Convenio por el que se estableció la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.
 - c) El Director General, previa consulta con los gobiernos interesados, establecerá textos oficiales en alemán, árabe, italiano, japonés y portugués, y en los demás idiomas que Asamblea pueda indicar.
- 2) El presente Tratado quedará abierto a la firma en Budapest, hasta el 31 de diciembre de 1977.

Artículo 19

Depósito del Tratado; transmisión de copias; registro del Tratado

- 1) El ejemplar original del presente Tratado, cuando cese de estar abierto a la firma, será depositado en poder del Director General.
- 2) El Director General certificará y transmitirá dos copias del presente Tratado y de su Reglamento a los gobiernos de todos los Estados previstos en el Artículo 15.1) y a las organizaciones intergubernamentales que presenten una declaración en virtud del Artículo 9.1) y, previa petición, al gobierno de cualquier otro Estado.
- 3) El Director General registrará el presente Tratado en la Secretaría de las Naciones Unidas.
- 4) El Director General certificará y transmitirá dos copias de cualquier modificación del presente Tratado y de su Reglamento a todos los Estados contratantes y a todas las organizaciones intergubernamentales de propiedad industrial y, previa petición, al gobierno de cualquier otro Estado y a cualquier otra organización intergubernamental, en virtud del Artículo 9.1)a).

Artículo 20

Notificaciones

El Director General notificará a los Estados contratantes, a las organizaciones intergubernamentales de propiedad industrial y a los Estados no miembros de la Unión pero miembros de la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (Unión de París):

- i) Las firmas efectuadas conforme al Artículo 18;
- ii) El depósito de instrumentos de ratificación o de adhesión, conforme a lo dispuesto en el Artículo 15.2);

- iii) Las declaraciones formuladas según el Artículo 9.1)a) y las notificaciones de retiro efectuadas conforme al Artículo 9.2) o 9.3);
- iv) La fecha de entrada en vigor del presente Tratado, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 16.1);
- v) Las comunicaciones efectuadas según los Artículos 7 y 8 y las decisiones adoptadas conforme al Artículo 8;
- vi) Las aceptaciones de modificaciones del presente Tratado, de conformidad con lo dispuesto en el Artículo 14.3);
- vii) Las modificaciones del Reglamento;
- viii) Las fechas de entrada en vigor de las modificaciones del Tratado o del Reglamento;
- ix) Toda denuncia notificada conforme a lo dispuesto en el Artículo 17.

Tratado de Libre Comercio entre México y la UE

El primero de julio entró en vigor el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea. Este tratado es parte de uno de los instrumentos de política exterior más ambiciosos que México ha celebrado: el Acuerdo de Asociación Económica, Concertación Política y Cooperación entre México y la Unión Europea, conocido como: Acuerdo Global. En sus tres vertientes, diálogo político; cooperación; y liberalización comercial, el acuerdo contiene los elementos para dar un nuevo ímpetu a la relación bilateral.

En materia política, el acuerdo institucionaliza el diálogo a nivel presidencial, ministerial, y de altos funcionarios, lo que otorga a México un foro privilegiado para abrir la vía de nuevas formas de cooperación en favor de los objetivos comunes, incluso mediante iniciativas conjuntas en el plano internacional y, más concretamente, en los ámbitos de la paz, la seguridad y el desarrollo regional.

En materia de cooperación, el acuerdo global prevé la posibilidad de actuar en veintinueve sectores, entre los que se incluyen la sociedad de la información; formación y educación; lucha contra las drogas; asuntos sociales y de superación de la pobreza; refugiados; derechos humanos y democracia.

En materia comercial, el Acuerdo Global sentó las bases para la creación del tratado de libre comercio entre México y la Unión Europea. Se trata del acuerdo comercial más ambicioso que la Unión ha suscrito hasta la fecha. El tratado prevé la eliminación total de aranceles en el sector industrial a más tardar el primero de enero de 2007; promueve las complementariedades en el sector agrícola; y, otorga un marco jurídico para la liberalización del comercio de servicios, la promoción de los flujos de inversión directa, la protección de los derechos de propiedad intelectual, las compras de gobierno y la solución de controversias.

Cronología del Tratado de Libre Comercio México - Unión Europea

8 de diciembre de 1997

México y la UE firman los tres instrumentos que constituyen la base jurídica de la nueva relación bilateral: un Acuerdo Global, un Acuerdo Interino y un Acta Final.

23 de abril de 1998

El Senado mexicano aprueba por unanimidad el Acuerdo Interino

13 de mayo de 1998

El Parlamento europeo aprueba por gran mayoría el Acuerdo Interino

1 de julio de 1998

Entra en vigor el Acuerdo Interino

14 de julio de 1998

Se instala el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino e inician formalmente las negociaciones comerciales

De noviembre de 1998 a noviembre de 1999 se celebraron nueve reuniones técnicas de negociación, alternadamente en México, D.F. y Bruselas, Bélgica

6 de mayo de 1999

El Parlamento Europeo aprueba el Acuerdo Global

24 de noviembre de 1999

Después de nueve reuniones, concluye la negociación técnica del acuerdo.

16 de marzo de 2000

El pleno del Parlamento Europeo emite opinión favorable sobre los resultados de la negociación comercial.

20 de marzo de 2000

La Cámara de Senadores aprueba el Acuerdo Global y los resultados de la negociación comercial
El Consejo Europeo aprueba los resultados de la negociación en materia de bienes.

23 de marzo de 2000

Se reúne el Consejo Conjunto del Acuerdo Interino y adopta los resultados en materia de bienes Firma de la Declaración de Lisboa sobre la nueva asociación entre México y la Unión Europea. Signatarios: el Presidente de México, Ernesto Zedillo Ponce de León, el Presidente del Consejo Conjunto, Antonio Guterres y el Presidente de la Comisión Europea, Romano Prodi.

1 de julio de 2000

Entrada en vigor del acuerdo en materia de bienes.

27 de febrero de 2001

Se reúne por primera vez el Consejo Conjunto del Acuerdo Global y adopta los resultados de la negociación en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual.

1 de marzo de 2001

Entrada en vigor de las disciplinas en materia de comercio de servicios, movimientos de capital, inversión y propiedad intelectual. A partir de esta fecha, está en vigor el conjunto completo de disciplinas comerciales que conforman el Tratado de Libre Comercio entre México y la Unión Europea.

Entrada en vigor de la vertiente de diálogo político y de cooperación del Acuerdo Global.

**Nice Agreement Concerning the International Classification of Goods and Services
for the Purposes of the Registration of Marks**
Nice Agreement (1957), revised at Stockholm (1967) and at Geneva (1977), and amended in 1979
(Nice Union)

Status on January 15, 2002

State	Date on which State became party to the Agreement	Latest Act of the Agreement to which State is party and date on which it became party to that Act
Algeria	July 5, 1972	Stockholm: July 5, 1972
Australia.....	April 8, 1961	Geneva: February 6, 1979
Austria.....	November 30, 1969	Geneva: August 21, 1982
Barbados.....	March 12, 1985	Geneva: March 12, 1985
Belarus.....	June 12, 1998	Geneva: June 12, 1998
Belgium.....	June 6, 1962	Geneva: November 20, 1984
Benin.....	February 6, 1979	Geneva: February 6, 1979
Bosnia and Herzegovina	March 1, 1992	Geneva: March 23, 1994
Bulgaria.....	February 27, 2001	Geneva: February 27, 2001
China ⁱ	August 9, 1994	Geneva: August 9, 1994
Croatia.....	October 8, 1991	Geneva: October 29, 1992
Cuba.....	December 26, 1995	Geneva: December 26, 1995
Czech Republic.....	January 1, 1993	Geneva: January 1, 1993
Democratic People's Republic of Korea.....	June 6, 1997	Geneva: June 6, 1997
Denmark ⁱⁱ	November 30, 1961	Geneva: June 3, 1981
Dominica.....	September 8, 2000	Geneva: September 8, 2000
Estonia.....	May 27, 1996	Geneva: May 27, 1996
Finland.....	August 18, 1973	Geneva: February 6, 1979
France ⁱⁱⁱ	April 8, 1961	Geneva: April 22, 1980
Germany.....	January 29, 1962	Geneva: January 12, 1982
Greece.....	November 7, 1998	Geneva: November 7, 1998
Guinea.....	November 5, 1996	Geneva: November 5, 1996
Hungary.....	March 23, 1967	Geneva: August 21, 1982
Iceland.....	April 9, 1995	Geneva: April 9, 1995
Ireland.....	December 12, 1966	Geneva: February 6, 1979
Israel.....	April 8, 1961	Stockholm: November 12, 1969, or March 18, 1970 ^{iv}
Italy.....	April 8, 1961	Geneva: February 19, 1983
Japan.....	February 20, 1990	Geneva: February 20, 1990
Kyrgyzstan.....	December 10, 1998	Geneva: December 10, 1998
Latvia.....	January 1, 1995	Geneva: January 1, 1995
Lebanon.....	April 8, 1961	Nice: April 8, 1961
Liechtenstein.....	May 29, 1967	Geneva: February 14, 1987
Lithuania.....	February 22, 1997	Geneva: February 22, 1997
Luxembourg.....	March 24, 1975	Geneva: December 21, 1983
Malawi.....	October 24, 1995	Geneva: October 24, 1995
Mexico.....	March 21, 2001	Geneva: March 21, 2001
Monaco.....	April 8, 1961	Geneva: May 9, 1981
Mongolia.....	June 16, 2001	Geneva: June 16, 2001
Morocco.....	October 1, 1966	Stockholm: January 24, 1976
Mozambique.....	January 18, 2002	Geneva: January 18, 2002
Netherlands ^v	August 20, 1962	Geneva: August 15, 1979
Norway.....	July 28, 1961	Geneva: July 7, 1981
Poland.....	March 4, 1997	Geneva: March 4, 1997
Portugal.....	April 8, 1961	Geneva: July 30, 1982
Republic of Korea.....	January 8, 1999	Geneva: January 8, 1999
Republic of Moldova.....	December 1, 1997	Geneva: December 1, 1997
Romania.....	June 30, 1998	Geneva: June 30, 1998
Russian Federation.....	July 26, 1971 ^{vi}	Geneva: December 30, 1987 ^{vi}
Saint Lucia.....	March 18, 2001	Geneva: March 18, 2001
Singapore.....	March 18, 1999	Geneva: March 18, 1999
Slovakia.....	January 1, 1993	Geneva: January 1, 1993
Slovenia.....	June 25, 1991	Geneva: September 30, 1992
Spain.....	April 8, 1961	Geneva: May 9, 1979
Suriname.....	December 16, 1981	Geneva: December 16, 1981
Sweden.....	July 28, 1961	Geneva: February 6, 1979
Switzerland.....	August 20, 1962	Geneva: April 22, 1986
Tajikistan.....	December 25, 1991	Geneva: December 25, 1991
The former Yugoslav Republic of Macedonia.....	September 8, 1991	Geneva: October 26, 1993

State	Date on which State became party to the Agreement	Latest Act of the Agreement to which State is party and date on which it became party to that Act	
Trinidad and Tobago.....	March 20, 1996	Geneva:	March 20, 1996
Tunisia	May 29, 1967	Nice:	May 29, 1967
Turkey	January 1, 1996	Geneva:	January 1, 1996
Ukraine	December 29, 2000	Geneva:	December 29, 2000
United Kingdom	April 15, 1963	Geneva:	July 3, 1979

ⁱ The Geneva Act applies also to the Macau Special Administrative Region with effect from December 20, 1999.

ⁱⁱ Denmark extended the application of the Stockholm Act to the Faroe Islands with effect from October 28, 1972.

ⁱⁱⁱ Including all Overseas Departments and Territories.

^{iv} These are the alternative dates of entry into force which the Director General of WIPO communicated to the States concerned.

^v The Netherlands had extended the application of the Geneva Act to Aruba with effect from November 8, 1986, but on February 20, 1994, suspended that application retroactively as from that date for an indefinite period. The said suspension was terminated with effect on February 28, 1994.

^{vi} Date of adherence of the Soviet Union, continued by the Russian Federation as from December 25, 1991.

BIBLIOGRAFÍA

"DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL"

RANGEL MEDINA, DAVID

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURIDICAS

MEXICO, 1991

LA ESPECIALIDAD DE LA MARCA EN LA JURISPRUDENCIA MEXICANA

REVISTA MEXICANA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y ARTÍSTICA

RANGEL MEDINA, DAVID

JULIO-DICIEMBRE

TRATADO DE DERECHO MARCARIO

RANGEL MEDINA, DAVID

EDITORIAL LIBROS DE MEXICO S.A

MEXICO 1960

DERECHO DE LAS MARCAS

NAVA NEGRETE, JUSTO

EDITORIAL PORRÚA S.A 1988

DICCIONARIO RAZONADO DE LEGISLACION Y JURISPRUDENCIA

ESCRICHE, JOAQUÍN

3ª ED. MADRID EDICIONES ROSA Y BOURET 1854

DICCIONARIO JURIDICO MEXICANO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES JURÍDICAS

EDITORIAL PORRÚA S.A 1988

PROPIEDAD INTELECTUAL

LIC JALIFE DAHER, MAURICIO

EDITORIAL SISTA S.A DE C.V.

EL SISTEMA MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

SEPÚLVEDA, CESAR

EDITORIAL PORRÚA S.A

MEXICO 1981

DERECHO DE LAS MARCAS

OTAMEDI, JORGE

EDITORIAL ABELEDO-PERROT

BUENOS AIRES 1989

ELEMENTOS DE DERECHO

MOTO SALAZAR, EFRAÍN

35ª ED. PORRÚA S.A

MEXICO 1989

CURSO DE DERECHO MERCANTIL

RODRÍGUEZ Y RODRÍGUEZ, JOAQUÍN

EDITORIAL PORRÚA S.A

TOMO I

MEXICO 1972

DERECHO DE ALTA TECNOLOGIA
CHOVER, ROSA
BUENOS AIRES, ARGENTINA 1996

DERECHO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL E INTELECTUAL
RANGEL MEDINA, DAVID
EDITORIAL U.N.A.M
MEXICO 1991

THE LAW OR LITERARY PROPERTY
WITTENBERG, PHILIP
THE WORLD PUBLISHING COMPANY
CLEVELAND AND NEW YORK

MARCAS: ASPECTOS LEGALES...
JALIFE DAHER, MAURICIO
EDITORIAL SISTA, S.A. DE C.V.

ASPECTOS FISCALES DEL TRATADO DE LIBRE COMERCIO DE AMERICA DEL NORTE Y DEL
TRATADO CONSTITUTIVO DE LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA
RODRIGUEZ MEJIA, GREGORIO
UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

EL SISTEMA COMUNITARIO DE MARCAS
MEMORIAS DEL SEMINARIO INTERNACIONAL SOBRE LA MARCA COMUNITARIA
CASADO CERVIÑO, ALBERTO
EDITORIAL IMPI
MEXICO D.F 1996

PATENT LAW
BIESTERFELD, CHESTER H.
NEW YORK
JOHN WILEY AND SONS, INC.

IDEAS, INVENTIONS AND PATENTS
HOW TO DEVELOP AND PROTECT THEM
BUCKLES, ROBERT A.
NEW YORK
JOHN WILEY AND SONS, INC.

COPYRIGHT
CURRENT VIEWPOINTS ON HISTORY, LAWS, LEGISLATION
KENT, ALLEN AND LANCOUR, HAROLD
R.R. BOWKER COMPANY, NEW YOUK AND LONDON

OMNIBUS COPYRIGHT REVISION
COMPARATIVE ANALYSIS OF THE ISSUES
CAMBRIDGE RESEARCH INSTITUTE
AMERICAN SOCIETY FOR INFORMATION SCIENCE

<http://www.secofi-snci.gob.mx>
<http://www.secofi-snci.gob.mx/negociaci-n/Uni-n-Europea>
<http://europa.eu.int/scadplus/leg/es/lvb/126054.htm>
<http://www.kapler.com/m-com.htm>
<http://www.impi.gob.mx/web/docs/relaciones/cooperacion.html>
<http://www.impi.gob.mx/web/docs/relaciones/forosbila.html>
<http://www.wipo.int/treaies/classification/nice/index-es.html>

IMPRESOS DEL CENTRO

9 Ote. No. 1 – A, Puebla,
☎ Tel. 2-32-17-65