

DESARROLLO Y PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LA LEGISLACIÓN MEXICANA

Development and protection of industrial property in mexican legislation

Rafael Lara Martínez¹

RESUMEN

La presente investigación aborda la cuestión de la anomia respecto a los mecanismos que permiten la reivindicación de diseños industriales en el contexto de la legislación mexicana. Este enfoque no se limita únicamente a la revisión de leyes específicas de propiedad industrial en México; también se adentra en las diversas figuras legales reguladas en el país en este ámbito. Durante el desarrollo de esta exposición, se pretende demostrar de manera concluyente la falta de una regulación normativa adecuada para la reivindicación de diseños industriales de creadores originales.

Palabras clave: derecho industrial, patentes, propiedad industrial.

ABSTRACT

This research addresses the issue of anomie concerning the mechanisms that allow the vindication of industrial designs within the context of Mexican legislation. This approach is not limited only to the review of specific industrial property laws in Mexico but also delves into the various legal figures established in the country in this area. During the development of this exhibition, it is intended to conclusively demonstrate the lack of adequate regulatory framework concerning the claim of industrial designs from original creators.

Keywords: industrial law, patents, industrial property.

INTRODUCCIÓN

Para contextualizar adecuadamente esta discusión, es fundamental definir previamente el concepto de Derecho Industrial. Se puede considerar al Derecho Industrial como la rama del derecho que se ocupa de todos los aspectos relacionados con el "*privilegio de usar de forma exclusiva y temporal las creaciones y los signos distintivos, de productos, establecimientos y servicios*" (Rangel, 1992, p. 9). Este campo abarca las normas relativas a la propiedad industrial, entendida como aquellas prerrogativas inherentes a la invención de patentes, modelos de utilidad, diseños, esquemas de circuitos,

¹ Instituto Tecnológico Nacional en Tehuacán; México; <https://orcid.org/0000-0002-9499-9286>; rafael.lara@correo.buap.mx

marcas, nombres comerciales, denominaciones de origen e indicaciones geográficas.

A partir de esta premisa, se hace evidente la necesidad de examinar en detalle todas las creaciones y su debida protección en general, lo cual conlleva un estudio minucioso de cada marco normativo relacionado. Este enfoque no solo busca identificar los aspectos regulados, sino, también resaltar los vacíos legales que puedan existir en la legislación vigente en relación con la reivindicación de diseños industriales. La comprensión de estos vacíos es esencial para proponer mejoras en la legislación y garantizar una protección efectiva de los derechos de los creadores en el ámbito de los diseños industriales en México.

DESARROLLO DE LA LEY INDUSTRIAL MEXICANA

Pareciera que la naturaleza del Derecho Industrial ha sido poco explorada, en razón de que no tiene el impacto del Derecho Penal, o la frecuencia en su uso del Derecho Civil, Familiar o Mercantil, pero resulta ser un área que siempre ha preocupado al Estado. Esto se comenta debido a que la primera ley sobre la materia fue promulgada por Anastasio Bustamante, uno de los primeros presidentes de México, el 7 de mayo de 1832. Esta ley, titulada Ley sobre Derecho de Propiedad de los Inventores o Perfeccionadores de algún Ramo de la Industria (Allar, 1903), constaba de apenas veintiún artículos. Evidentemente, no abarcaba todas las formas de propiedad industrial, pero ya extendía protección a los inventores con el derecho exclusivo de explotación. Establecía la posibilidad de presentar la patente ante cualquiera de los tres niveles del poder ejecutivo, lo cual podía deberse a la distancia con la oficina de patentes o a la importancia de proteger una invención. En todo caso, la solicitud debía remitirse al Ministro de Relaciones Exteriores para su publicidad y eventual concesión de la patente.

La norma establecía que era irrelevante si la invención tenía alguna utilidad, mientras no atentara contra la seguridad, la salud pública o las buenas costumbres. Se centraba en la prevención de enfermedades, la promoción de la salud y la mejora de la calidad de vida de las comunidades, en lugar de la atención médica individual. La vigencia de la patente era de diez años desde su planteamiento, incluía el derecho de prelación, la obligatoriedad de renunciar a la secrecía una vez alcanzada la vigencia, y prevenía dos causales para la pérdida de la patente: un previo registro o el actuar de mala fe.

En el Código Penal Federal de 1871, sólo se reguló la revelación de secreto industrial en su artículo 766, dentro del Libro III, Título Quinto, Capítulo Único, determinando que el reo debía ser exclusivamente el empleado. Asimismo, en su artículo 925 del Capítulo XIII, tiene un apartado denominado delitos contra la industria o comercio, o contra la libertad en los remates públicos, pero su matiz es de índole mercantil, ya que sanciona a quien genere especulación de precios, calumnie productos, desprestigie una casa de créditos, fuerce a los comerciantes a malvender de manera violenta, o genere falta de postores en un remate por medios violentos.

Durante el Porfiriato, se expidió el 28 de noviembre de 1889, la Ley de Marcas de Fábrica. Esta ley ya establecía una definición de marca y las figuras que no se considerarían como tal, imponiendo como autoridad competente a la Secretaría de Fomento. También especificaba los requisitos para el registro y establecía una vigencia indefinida mientras no cayera en desuso.

Es notable que esta fue la primera norma en establecer un delito especial del orden industrial, ya que en sus artículos 16 al 19 se definía el tipo penal, redirigiendo al código penal respectivo.

Aparentemente, esta ley era concreta y abarcaba específicamente los derechos sobre las marcas "[...] que de modo específico y directo fue elaborada para regular los derechos sobre las marcas [...]" (Rangel, 1990, p. 597). Sin embargo, en su último artículo incluía también los dibujos y modelos industriales sin proporcionar una definición o ejemplo.

En el mismo periodo surge la Ley 7 de junio de 1890 y su reforma del 27 de mayo de 1896 (Rangel, 1990), reglamentaria del artículo 28 de la Constitución Política de 1857. Esta ley se centraba exclusivamente en las patentes y, además de lo mencionado por su antecesora, introdujo el principio de novedad, especificaciones para fórmulas farmacéuticas y químicas, e innovaciones con respecto a las restricciones de productos a inscribir. Inhibía la afirmativa ficta de la concesión por la sola presentación de la solicitud e incluía el término "procedimiento" como tipo de propiedad industrial, refiriéndose al *know-how*, entendido como "[...] el 'saber hacer' organizacional, que comprende aquellos conocimientos, procesos, procedimientos y técnicas que derivan en la consecución de un servicio o producto final o intermedio[...]" (Castaño y Arias, 2025, pp. 152).

También, introdujo la figura de perfeccionamiento, es decir, la mejora significativa de un objeto ya patentado, y estableció la vigencia de las patentes en veinte años, con la posibilidad de una prórroga de cinco años más. La ley también otorgaba la facultad de expropiación de forma escueta, presentaba a la Secretaría de Fomento como la autoridad para expedir las patentes, y establecía la obligatoriedad de que se explotaran en tres años, las causales de nulidad y caducidad, así como la opción de transmisión de derechos. Remitía al Código Penal del Distrito Federal para lo concerniente al delito de falsificación.

Durante la misma época presidencial surgió la Ley de Patentes del 25 de agosto de 1903. Este cuerpo normativo mantuvo las figuras de su predecesora, triplicando el número de artículos. Aunque, como la anterior, se establece como reglamentaria del artículo 28 de la Constitución de 1857, también añade al artículo 85 de la Constitución, que refiere a las facultades del ejecutivo federal en la expedición de patentes en su fracción IX.

La ley especifica lo que puede o no ser patentable, detalla los derechos de explotación y prevé la instancia de la Oficina de Patentes y un examen administrativo para verificar la novedad. Mantiene los mismos plazos de vigencia y establece la figura del usurpador de una patente y las formas de reclamación. Además, introduce la figura del secreto de guerra, término utilizado para referirse a información, estrategias, tácticas, tecnología y otros datos críticos que un país o una entidad militar considera esenciales para mantener en secreto durante un conflicto armado. La razón principal detrás de mantener un secreto de guerra es proteger la ventaja táctica y estratégica de una nación en la guerra, evitando que el enemigo obtenga información que pueda utilizar en su contra. Se considera esencial para la seguridad y el éxito en el campo de batalla, y su divulgación puede tener graves consecuencias.

La ley también detalla lo relativo a la caducidad y nulidad de las patentes, establece la competencia en la materia a los Jueces de Distrito y plantea el primer catálogo de delitos industriales. Estos delitos incluyen la fabricación, venta, importación o circulación de objetos patentados sin el consentimiento

del titular, y el uso de objetos patentados. Se prevén dos figuras de tipicidad abierta en su artículo 52, lo que expresa un deseo de sobreprotección o falta de técnica.

La ley también aborda la reincidencia y dispone en su artículo 54 la remisión al Código Penal del Distrito Federal para todo lo no regulado en dicho apartado, con prelación al principio de especialidad de ley. Plantea una excusa absolutoria para aquel que, a criterio de la Oficina de Patentes, ya se encuentre la patente bajo dominio público, definida como "[...] el estado jurídico consistente en el libre acceso y utilización de creaciones intelectuales [...]" (Schmitz, 2009, pp. 346).

Asimismo, la ley establece una pena accesoria relativa a la pérdida de los objetos ilegalmente fabricados, con adjudicación directa al propietario de la patente, además de conceder la acción indemnizatoria correspondiente. Permite la posibilidad de tramitarlo en vía ordinaria o incidental dentro del juicio penal según el artículo 57, aunque se da una aparente antinomia con su artículo 98, que establece el seguimiento de los daños y perjuicios vía solamente civil, mediante responsabilidad civil objetiva.

La ley incluye una medida cautelar mediante el aseguramiento de los objetos espurios dentro de los artículos 59 y 61, estableciendo a detalle el mecanismo con las respectivas medidas de apremio en caso de desacato. Refrenda la observación de sobreprotección al facultar al Juez penal para resolver la nulidad y caducidad de la patente. Finalmente, establece un tipo penal de marcaje de objetos no patentados, con la característica distintiva de que puede ser perseguible de oficio.

Se presenta un capítulo completo sobre el procedimiento para obtener la revocación de las resoluciones administrativas, así como los procedimientos civiles y penales correspondientes, destacando el enfoque pragmático en este sentido. En el artículo 100, se establece la competencia concurrente y se menciona la Gaceta Oficial de Patentes y Marcas como medio oficial de comunicación pública, aunque sin especificar funciones adicionales. El artículo 102 de esta ley aborda el capítulo XVI, referente a las patentes por modelos o dibujos industriales, incluyendo el trazo ornamental textil junto con los modelos como propiedad industrial, otorgando exclusividad por cinco o diez años, a elección del titular, sin abordar una regulación más detallada.

Posterior a la Revolución Mexicana y poco antes de finalizar su mandato, Plutarco Elías Calles promulgó las Leyes de Patentes de Invención del 26 de junio de 1928, junto con la Ley de Marcas y de Avisos y Nombres Comerciales del 1928.² La primera fue una sucesora ligeramente más extensa, surgida para reglamentar el artículo 28 de la recién establecida Constitución de 1917. Conserva gran parte de su antecesora, ampliando los objetos patentables para incluir dibujos industriales y aumentando a seis los objetos patentables y no patentables respectivamente. Instauró el Departamento de la Propiedad Industrial en lugar de la Oficina de Patentes, con plazos y derechos fiscales correspondientes. Mantiene la vigencia de las patentes de inventos y dibujos, pero reduce a quince y siete años respectivamente aquellos que no se exploten, para prevenir costos adicionales. Establece que pasará al dominio público si no se paga el derecho e involucra a la Secretaría de Industria y Comercio en el registro de patentes. Introduce la figura de invasión de los derechos conferidos por una patente, es decir, la explotación, comercializa-

² Para mayor información, puede consultarse en el documento de Secretaría de Gobernación (1926).

ción o importación ilícita de un producto patentado; aunque mencionada en su antecesora, esta ya lo nomina.

En el catálogo de delitos, se encuentra desde el artículo 85 al 101, siendo prácticamente idéntico al de su predecesora, salvo la eliminación de excusas absolutorias y la inclusión de una caución en el procedimiento cautelar que debe otorgar el reclamante. Notablemente, desincorpora el capítulo de dibujos y modelos industriales, integrándolos en la fracción V y VI del artículo 2. Se añadió un tipo penal "abierto" en el artículo 91, en un intento de sobreprotección, especificando que cuando se cometa un delito no contemplado en esta ley, se aplicará lo establecido en el Código Penal.

Dentro del Código Penal de 1929 (DOF, s.f.), en su título décimo segundo, existía un capítulo II titulado "De los delitos contra el comercio y la industria", que iba del artículo 762 al 777 y presentaba un catálogo idéntico al de la normativa industrial. Sin embargo, la ley industrial imponía sanciones más severas, lo que generaba una colisión normativa compleja. Según el principio de especialidad, debió aplicarse la ley industrial específica aunque más severa en términos de sanción. Por otro lado, bajo el principio de *Indubio pro reo*, se debió considerar el Código Penal mencionado, que tenía penas más benevolentes a pesar de ser una ley genérica. Esta situación no solo implicaba una antinomia sino también una colisión axiomática.

Durante la Segunda Guerra Mundial, surge la Ley de la Propiedad Industrial del jueves 31 de diciembre de 1942 (DOF, s.f.). Esta ley se distingue de su antecesora en varios aspectos: ahora la Secretaría de Economía reemplaza a la de Fomento, modifica la vigencia de las patentes a quince años improrrogables, reduciéndose a doce si no se explotan. Respecto al secreto industrial, ya no se limita solo al contexto de guerra, sino que se plantea de manera general. Se incorpora el examen extraordinario de novedad y se incluye todo lo contemplado en la ley de marcas, así como el delito de falsificación de estas. También se consideran los avisos y nombres comerciales como nuevos aspectos. El catálogo de delitos se mantiene intacto respecto al anterior, pero elimina lo referente a la reincidencia, ya contemplada en el Código Penal Federal, y suprime el tipo penal abierto del artículo 91 de la ley de 1928.

Décadas después surgieron dos cuerpos normativos: la Ley sobre el Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas del 28 de diciembre de 1972 (DOF, s.f.) y la Ley sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso de Explotación de Patentes y Marcas de 1982 (DOF, s.f.). Estas leyes tenían como objetivo dar un matiz tecnológico, específicamente informático, y sentaron las bases para la protección de los trazos de circuitos integrados.

El 27 de junio de 1991 se promulgó la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial (Cámara de Diputados, 1991), la cual ha experimentado diversas reformas a lo largo de su vigencia. Entre las innovaciones que la distinguen de sus predecesoras, destaca la creación del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y su Junta de Gobierno, con funciones detalladas y estructura específica. Además, introduce un pequeño glosario de términos, establece la presunción de invención y amplía el concepto de propiedad industrial para incluir circuitos integrados, denominaciones de origen e indicaciones geográficas. Aunque establece una vigencia estándar de veinte años para las patentes, exige la explotación comercial en los primeros tres años.

La ley prevé una serie de faltas administrativas a partir de su artículo 213, cuya reincidencia puede convertirlas en delitos según el artículo 223.

Es notable que la reincidencia en la infracción descrita en la fracción XV sanciona la reproducción o imitación de diseños industriales protegidos por registro, excluyendo así su aplicación a diseños no patentados apropiados indebidamente. Además, el artículo 225 introduce cambios en el proceso de dictamen de procedencia por parte del Instituto, aunque sigue vinculado a la existencia de una patente como requisito.

Finalmente, la actual Ley Federal de Protección a la Propiedad Industrial, promulgada el primero de julio de 2020, se destaca como la más robusta de su tipo. Define claramente los objetos de propiedad industrial, remitiendo supletoriamente a la legislación sustantiva civil federal. Además, amplía las funciones del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, otorgándole facultades como organismo fiscal autónomo para reclamar daños y perjuicios causados durante procedimientos administrativos por infracción. También permite la cuantificación de indemnizaciones en nombre de los propietarios afectados.

En cuanto a los objetos de propiedad industrial, mantiene esencialmente los mismos criterios y profundiza en la investigación relacionada con la solicitud y renovación de registros de diseños, extendiendo la vigencia de las patentes hasta veinticinco años. Este cuerpo normativo también introduce una serie de delitos específicos, los cuales se detallarán en una sección posterior.

PROPIEDAD INDUSTRIAL

Debe abordarse en este punto la noción de propiedad industrial, estableciendo su alcance para comprender lo que puede verse afectado. En este sentido, puede definirse como aquel activo y pasivo que surge por "[...] la innovación mediante el otorgamiento de derechos exclusivos, durante un número determinado de años, sobre los conocimientos desarrollados por los agentes económicos, a favor de quien los origina [...]" (Ginebra, 2008, pp. 553-564). La propiedad industrial oscila en la protección de la creación de algo nuevo o la introducción de mejoras en lo ya existente. Sin embargo, es importante aclarar que no todo lo nuevo puede ser protegido; la verdadera innovación radica en su utilidad. Por ello, se introduce el concepto de mejora significativa, la cual implica agregar algo al objeto existente que amplifique su eficiencia o eficacia.

PATENTES DE INVENCION

Una patente de invención es un derecho exclusivo otorgado por el gobierno a un inventor o titular de una invención durante un período determinado, en México tiene una vigencia de veinte años a partir de la fecha de presentación de la solicitud. Este derecho confiere al inventor o titular el control sobre la fabricación, uso y venta de la invención, permitiéndoles evitar que otros la utilicen, fabriquen o vendan sin su autorización. Su objetivo principal es proteger invenciones nuevas, útiles y no obvias, las cuales deben ser novedosas, es decir, completamente nuevas y no divulgadas públicamente antes de la solicitud de patente. Para ser patentable, la invención debe representar un avance significativo y no ser obvia para alguien con conocimientos en el campo técnico correspondiente.

Las patentes de invención pueden aplicarse a una amplia variedad de campos, desde la tecnología y la electrónica hasta la biotecnología y la química. Al obtener una patente de invención, el inventor o titular obtiene el derecho exclusivo de explotar comercialmente su invención y puede otorgar licencias a terceros para utilizarla a cambio de regalías u otros acuerdos. Puede considerarse como un instrumento legal que brinda protección a los inventores al otorgarles derechos exclusivos sobre sus invenciones durante un período determinado, a cambio de divulgar públicamente los detalles de la invención, esto fomenta la innovación al recompensar a los inventores por sus esfuerzos y al permitir que otros aprendan de las invenciones patentadas para continuar avanzando en el conocimiento técnico y científico, puede tomarse; "[...] como un conjunto de derechos que el Estado otorga al inventor, entendido este como el creador de un producto o procedimiento dotado de novedad, altura inventiva, aplicabilidad industrial y repetibilidad [...]" (Rodríguez, 2008, pp. 87).

MODELO DE UTILIDAD

El modelo de utilidad protege invenciones menores o mejoras en productos o procesos que no cumplen con los requisitos de inventiva y novedad necesarios para obtener una patente. Se define como un objeto previamente patentado: "[...] al que se le ha modificado su forma para aportar una función que antes no estaba abordada, constituyendo, respecto del estado de la técnica, una ventaja que antes no existía [...]" (Díaz, 2007, pp. 125). Aunque suelen ser más simples y de menor alcance que las patentes, los modelos de utilidad brindan cierta protección a los inventores. Estas invenciones se consideran de innovación menor, ya que cubren mejoras o modificaciones menores en productos o procesos existentes, sin requerir que la invención sea completamente nueva o revolucionaria. En México, los modelos de utilidad tienen una duración de protección de quince años.

DISEÑO INDUSTRIAL

Dentro del ámbito de la propiedad industrial se encuentran los dibujos y modelos industriales. Los dibujos industriales son bidimensionales, mientras que los modelos son tridimensionales, utilizados para proteger la apariencia estética de productos. Los dibujos se refieren a características ornamentales de un producto, como un diseño floral o geométrico en una tela, que pueden registrarse para proteger su apariencia visual siempre que sean novedosos, es decir; "[...] no podrá registrarse un diseño cuyas características estén contenidas en su totalidad en un diseño anterior o difiera de manera insignificante de este [...]" (Vega, 2014, pp. 127).

En el caso del estampado en una prenda de vestir, puede protegerse como un dibujo industrial bidimensional si se aplica en la superficie como un patrón, diseño gráfico o ilustración en la tela, asegurando la apariencia visual específica del estampado independientemente de la prenda. Por otro lado, se considera modelo industrial si el diseño del estampado está integrado en la forma tridimensional de la prenda y es una parte esencial de su diseño. La elección entre uno u otro depende de cómo se desee proteger el diseño,

a veces optando por registrar tanto el estampado como la prenda como modelo industrial para obtener una protección completa.

No pasa desapercibido que, además de tener los respectivos derechos de protección, también se confiere: "[...] el titular del diseño industrial tiene dos obligaciones: explotar su objeto y renovar el registro [...]" (Marín, 2009, pp. 11), con sanción de que pierda el citado registro.

ESQUEMA DE TRAZADO DE CIRCUITOS INTEGRADOS

Otra propiedad industrial es el esquema de trazado de circuitos integrados, también conocido como *layout de circuito integrado* o *diseño de circuitos integrados*, o simplemente *chips*, los cuales "[...] son una pequeña pastilla de material semiconductor sobre la que se integran circuitos en miniatura y se protegen con encapsulados de plástico, cerámica o metal [...]" (Universidad Politécnica de Madrid, 2021). Este término se refiere a la disposición física y la estructura detallada de los componentes electrónicos y las interconexiones en un circuito integrado o chip semiconductor.

MARCA

Una marca es un signo distintivo que se utiliza para "[...] diferenciar los bienes o servicios de una empresa frente a los de las demás empresas que operan en el mercado [...]" (Schmitz, 2012, p. 11). Por ello, se considera un activo intangible valioso que se utiliza para proteger la identidad y la reputación de una empresa, así como, para establecer una conexión con los consumidores. Sirve para identificar y diferenciar productos o servicios de una empresa de los de otras en el mercado, pudiendo incluir elementos como nombres, logotipos, símbolos, eslóganes, colores, sonidos y más. Pueden recibir protección legal que impide que se utilice una marca similar o idéntica en relación con productos o servicios similares, lo que evita la confusión entre los consumidores y protege la inversión en la construcción de la marca. Cuentan con un valor comercial significativo. Una marca fuerte y reconocible puede aumentar el atractivo de un producto o servicio, influir en decisiones de compra y contribuir al éxito comercial.

La principal diferencia entre una marca comercial y una colectiva es que la primera se utiliza para identificar y diferenciar los productos o servicios de una empresa individual, mientras que la segunda se utiliza para identificar productos o servicios ofrecidos por un grupo de miembros que cumplen ciertos criterios o están afiliados a una organización en particular. Ambas tienen su lugar y propósito en la propiedad industrial, contribuyendo a la construcción de confianza y reputación en el mercado. Incluso pueden tener un impacto tal que influyen en los consumidores, es decir, que algunas marcas ya no: "[...] buscan adaptarse a su público, sino que es función también de quien consume el adaptarse a los estándares que el determinado signo distintivo le impone [...]" (Cepeda, 2014).

Un ejemplo de marca individual es Coca-Cola, utilizada por la empresa The Coca-Cola Company para identificar y distinguir sus bebidas carbonatadas, como la Coca-Cola clásica, la Coca-Cola Zero y otras variedades. Identifica y diferencia los productos de esta empresa de los productos de otras empresas competidoras en la industria de las bebidas. Un ejemplo de marca colectiva sería *Fair Trade Certified* (Certificación de Comercio Justo),

la cuál es utilizada por organizaciones y productores agrícolas y alimenticios que cumplen con los estándares de comercio justo. Los productos que llevan esta marca colectiva, como el café, el cacao y el azúcar, indican que se produjeron bajo condiciones que promueven prácticas comerciales éticas y sostenibles, incluyendo precios justos para los agricultores.

Regularmente, quien registra una marca es aquel que; "[...] introduce por primera vez el producto en el mercado y goza de la protección de patentes durante un tiempo, es quien más invierte en promoción para afianzar su marca comercial [...]" (Lema, 2015, pp. 87). Por ello se resalta la importancia de la inscripción, ya que además de la genialidad se protege la inversión en la publicidad que se le invierte.

Una marca de certificación es un tipo de marca registrada que se utiliza para indicar que los productos o servicios que llevan esa marca cumplen con ciertos estándares o especificaciones establecidos por una organización independiente o entidad certificadora. A diferencia de una marca comercial, que identifica y distingue los productos o servicios de un proveedor específico, una marca de certificación no está vinculada a un proveedor en particular, sino que garantiza que ciertos criterios o requisitos de calidad, seguridad, autenticidad u otros aspectos se cumplan de manera consistente. La entidad certificadora que otorga la marca de certificación debe ser independiente de los proveedores de los productos o servicios en cuestión, todo esto; "[...] informa a los consumidores que el producto que lleva la marca cumple con estándares (por lo general en relación con la calidad o la procedencia geográfica) establecidos por la organización certificadora titular de la marca [...]" (Astudillo, 2013), garantizando la imparcialidad en el proceso de certificación. Además, puede ser un símbolo de confianza para los consumidores, indicando que un producto o servicio cumple con ciertos estándares de calidad o seguridad.

Algunos ejemplos de marcas de certificación serían el logotipo USDA Organic en productos alimenticios, que indica que el producto cumple con los estándares orgánicos establecidos por el Departamento de Agricultura de los Estados Unidos; el logotipo CE en productos vendidos en la Unión Europea, que indica que el producto cumple con los requisitos de seguridad y conformidad europeos; o, el logotipo ISO 9001 en productos o empresas que han obtenido dicha certificación, que se refiere a estándares de gestión de calidad.

NOMBRE COMERCIAL

El nombre comercial es un término que se utiliza en el ámbito de la propiedad industrial. Se refiere al nombre bajo el cual una empresa realiza sus actividades comerciales. Aunque el nombre comercial se asocia comúnmente con el nombre de una empresa, también puede incluir otros elementos identificativos como logotipos, símbolos y lemas que se utilizan para identificar y promover una empresa en el mercado, "[...]se relaciona con la distinción del empresario en el mercado lo cual es un concepto amplio que puede entenderse incluye actividades, bienes y servicios del mismo [...]" (Montenegro y Cabrera, 2022, pp. 64). Es importante destacar que el nombre comercial se diferencia de la marca comercial en términos legales y funcionales, porque puede referirse al nombre que una empresa utiliza para identificarse y

operar en el mercado, puede ser utilizado para representar la empresa en transacciones comerciales, contratos y actividades de mercadeo.

El registro del nombre comercial otorga derechos de uso exclusivo en la jurisdicción en la que se registra, pero generalmente no otorga los mismos derechos de protección que una marca registrada. Constituye un activo comercial importante que contribuye a la identidad y reputación de una empresa en el mercado, resulta fundamental para establecer la presencia y el reconocimiento de una empresa en su industria y entre los consumidores.

El nombre comercial y la marca son conceptos relacionados, pero no son iguales y tienen diferencias importantes en términos legales y funcionales. Un nombre comercial se utiliza principalmente para identificar y representar a una empresa en sus actividades comerciales y operaciones, es el nombre bajo el cual la empresa realiza sus negocios y se presenta ante el público y sus clientes; “[...] tiene como finalidad identificar en el tráfico al propio sujeto titular de la actividad empresarial [...]” (Robleto, 2014, pp. 195). En contraste, una marca se utiliza para identificar y distinguir productos o servicios específicos de una empresa de los de otras empresas. Su función principal es servir como un distintivo de origen que permite a los consumidores reconocer y asociar ciertos productos o servicios con una fuente particular.

Asimismo, el alcance de protección de un nombre comercial suele estar limitado a la jurisdicción geográfica en la que se utiliza. Por lo general, no otorga derechos exclusivos de uso a nivel nacional o internacional. En contraste, una marca registrada puede ofrecer protección a nivel nacional o internacional, dependiendo de la jurisdicción en la que se registre, proporcionando al titular el derecho exclusivo de utilizar la marca en relación con los productos o servicios específicos para los cuales se registró. Además, el registro de un nombre comercial es opcional, y la protección se obtiene mediante el uso continuo y establecido en el mercado. Por otro lado, para obtener una protección legal sólida y derechos exclusivos, una marca debe registrarse formalmente. Este registro implica cumplir con requisitos específicos y otorga una protección legal más fuerte.

DENOMINACIÓN DE ORIGEN

La denominación de origen es un tipo de referencia geográfica utilizada en el ámbito de la propiedad industrial y de la protección de productos agrícolas, alimentarios o de bebidas. Su propósito es identificar productos que provienen de una región geográfica específica y poseen características, cualidades o reputación únicas y distintivas debido a su origen territorial. Las denominaciones de origen están vinculadas a una zona particular donde se produce el producto, que puede ser un país, una entidad federativa o provincia, una ciudad, o incluso una zona más pequeña y delimitada como una villa o pueblo.

Los productos que ostentan una denominación de origen deben poseer “[...] una calidad, característica o reputación que se deba de manera exclusiva o esencial a la zona de la cual se origina, dados sus factores naturales o humanos [...]” (Londoño, 2009, pp. 41-58). Obtener una denominación de origen implica un proceso de registro y protección legal ante las autoridades competentes. Una vez otorgada, proporciona al producto y a los productores de la región una exclusividad en el uso de la denominación, impidiendo que

otros productores fuera de la región utilicen el mismo nombre para productos similares.

Las denominaciones de origen se utilizan para promover la calidad y autenticidad de los productos asociados. Los consumidores pueden confiar en que un producto con una denominación de origen cumple con autenticidad, ciertos estándares de calidad y que se produce de acuerdo con las tradiciones y prácticas de la región. Ejemplos, de productos con denominación de origen incluyen el vino de Rioja en España, el queso *Roquefort* en Francia y el aceite de oliva virgen extra de la región de Jaén en España. Estas denominaciones de origen son ejemplos de cómo las características únicas de una región geográfica específica se asocian con la calidad y la autenticidad de un producto.

En México, existen dieciséis denominaciones de origen, que incluyen el Ámbar de Chiapas, el Arroz de Morelos, la Bacanora de Sonora, el Cacao de Grijalva, el Café Chiapas, el Café Veracruz, la Charanda de Michoacán, el Chile Habanero de la Península de Yucatán, el Mango Ataúlfo del Soconusco en Chiapas, el Mezcal de Oaxaca, la Olinalá de Guerrero, el Sotol de Chihuahua, la Talavera de Puebla y Tlaxcala, el Tequila de Jalisco, Michoacán, Tamaulipas, Nayarit y Guanajuato, la Vainilla de Papantla, el Chile de Yahualica, el Café Pluma de Oaxaca y la Raicilla de Jalisco (Gobierno de México, 2018).

INDICACIÓN GEOGRÁFICA

Una indicación geográfica es un término amplio que se utiliza en el ámbito de la protección de productos para identificar aquellos que tienen un origen geográfico específico y que poseen características, calidad o reputación relacionadas con ese origen. A diferencia de las denominaciones, las indicaciones no requieren que todos los aspectos del producto se produzcan en la región, pero sí deben tener un vínculo claro con esa área geográfica en términos de calidad o características específicas. Sirven de ejemplos, el jamón de Jabugo en España y el queso Gruyère en Suiza. Las indicaciones geográficas se utilizan para proteger y promover la diversidad y la calidad de los productos regionales, así como para proporcionar a los consumidores información sobre el origen y la autenticidad de los productos que adquieren. Estas figuras ayudan a evitar que los productores fuera de la región se beneficien indebidamente de la reputación de los productos geográficos protegidos.

En nuestro país se hallan inscritas como indicación geográfica protegida alrededor de doscientas treinta y dos. Como ejemplos se citan la Seda de Cajonos (DOF-B, s.f.), Cajeta de Celaya, Tapetes de Teotitlán, Santa Ana y San Miguel Del Valle, Tallas de Madera: Tonas y Nahuales, y Artesanías de los Valles Centrales de Oaxaca. Las indicaciones geográficas pueden inscribirse por parte de extranjeros en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial de sus productos, como resulta del Whisky Escocés (DOF-B, s.f.). La diferencia deriva en que tiene mayor impacto la "Denominación de Origen, en la que además deben existir factores naturales y humanos que otorguen características específicas al producto, mientras que en una Indicación Geográfica basta que cumpla con un solo criterio atribuible al origen geográfico [...]” (IMPI, s.f.). Precisamente por eso, hay menos denominaciones de origen, debido a

sus “[...] características especiales, la denominación de origen aspira a un reconocimiento mayor que la indicación geográfica [...]” (Errázuriz, 2010, p. 211).

CONCLUSIONES

Luego de una exhaustiva exploración de las leyes industriales en México, queda claro que no existe una protección legal adecuada para los diseños industriales originales. Esta carencia se deriva de la falta de disposiciones legales específicas para la reivindicación por plagiarismo en el ámbito de los diseños industriales. La legislación mexicana carece de regulaciones que permitan sancionar penalmente la apropiación indebida de diseños industriales no registrados y no proporciona una figura legal equiparable a la plenaria de posesión para casos excepcionales.

Este vacío normativo no es un fenómeno reciente. Históricamente, las leyes de propiedad industrial en México no han contemplado ninguna defensa efectiva contra el plagio de diseños industriales, ni siquiera en regulaciones relacionadas con marcas. Este desafío legal persiste, subrayando la necesidad urgente de una reforma legislativa que brinde una protección más sólida a los creadores de diseños industriales en México.

La ausencia de una regulación jurídica específica para la reivindicación de diseños industriales originales crea un entorno propicio para la apropiación indebida por plagiarismo, lo que puede socavar la innovación y la creatividad en el ámbito de la industria. Por tanto, es fundamental que el sistema legal mexicano se actualice para proporcionar a los diseñadores industriales la seguridad y protección necesarias para fomentar la innovación y el desarrollo. Una reforma legislativa sería un paso esencial para garantizar un entorno más justo y equitativo para los creadores y diseñadores industriales en México.

REFERENCIAS

- Allart, H. (1903). Ley sobre el derecho de propiedad de los inventores o perfeccionadores de algún ramo de industria (7 de mayo de 1832). En *Tratado de las patentes de invención* (pp. 249-252). Universidad Nacional Autónoma de México - Instituto de Investigaciones Jurídicas. <http://ru.juridicas.unam.mx/xmlui/handle/123456789/41430>
- Astudillo, F. (2013). Perspectivas de una Marca de Calidad Comunal para los Colectivos Socioeconómicos de Venezuela. *Propiedad Intelectual*, 12(16), 43-66. Recuperado de <https://www.redalyc.org/pdf/1890/189028463004.pdf>
- Castaño, E., y Arias, J. (2015). Aproximación a la valoración del know how de una institución del sistema regional de innovación en Antioquia. *Civilizar, Ciencias Sociales y Humanas*, 15(28), 151-163. <https://www.redalyc.org/pdf/1002/100241608011.pdf>
- Cepeda-Palacio, S. D. (2014). Alcances actuales del concepto de marca. Un estudio comparativo, en la historia. *Entramado*, 10(2), 128-142. <https://bit.ly/3SbBRbn>
- Cámara de Diputados. (1991). *Ley Federal de Propiedad Industrial*. (Consulta: 13 de octubre de 2023). Disponible en: <https://bit.ly/3rOFvgE>.
- Código Penal Federal. Artículo 766. 7 de diciembre de 1871. (México)
- Código Penal Federal. Artículo 925. 7 de diciembre de 1871. (México)
- Código Penal, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 30 de septiembre de 1929. (México).
- Constitución 1857. Art. 28. 5 de febrero de 1857. (México). <https://www.diputados.gob>.

- mx/biblioteca/bibdig/const_mex/const_1857.pdf
 Congreso de la Unión. (1857). *Constitución 1857*. (20 de septiembre de 2023). Recuperado de https://www.diputados.gob.mx/biblioteca/bibdig/const_mex/const_1857.pdf
- Cultura mexicana (1903). (2023, septiembre 20). Repositorio. Disponible en https://mexicana.cultura.gob.mx/es/repositorio/detalle?id=_suri:DGB:TransObject:5bce59877a8a0222ef15e0a8
- Díaz, M. (2007). Patentabilidad: conceptos y requisitos. *Serie Bibliotecología y Gestión de Información*, (31), pp. 1-22. Recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2469877>
- Errázuriz, C. (2010). Indicaciones geográficas y denominaciones de origen. *Propiedad Intelectual en Progreso. Revista Chilena de Derecho*, 37(2), pp. 207-239. Recuperado de https://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0718-34372010000200002&script=sci_abstract
- Ginebra, X. (2008). La propiedad industrial y la competencia económica en México. *Boletín Mexicano de Derecho Comparado*, 41(121). Recuperado de: https://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0041-86332008000100005
- Gobierno de México. (5 de diciembre de 2018). *Denominación de Origen*. <https://www.gob.mx/se/articulos/las-denominaciones-de-origen-benefician-a-nuestros-productores-mexicanos#:~:text=Una%20denominaci%C3%B3n%20de%20origen%20es,factores%20naturales%20y%20los%20humanos>.
- Gobierno de México. (27 de abril de 2018). *Servicios que ofrece el IMPI | Marcas | Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas*. <https://www.gob.mx/impi/acciones-y-programas/servicios-que-ofrece-el-imp-marcas-denominaciones-de-origen-e-indicaciones-geograficas/>
- Lema, S. S. (2015). Acceso a los medicamentos: las patentes y los medicamentos genéricos. Las consecuencias de considerar al medicamento como un bien de mercado y no social. *Revista de Bioética y Derecho*, (34), 81-80. Recuperado de: https://scielo.isciii.es/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1886-58872015000200008
- Ley de la Propiedad Industrial, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 31 de diciembre de 1942. (México).
- Ley de marcas y de avisos y nombres comerciales y Ley de Patentes de Invención. Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 27 de julio de 1928. <https://sidoof.segob.gob.mx/notas/4597637>.
- Ley de Patentes de Invención o Perfeccionamiento. Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 7 de noviembre de 1890. (México).
- Ley de patentes de invención. Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 25 de agosto de 1903. (México). https://mexicana.cultura.gob.mx/es/repositorio/detalle?id=_suri:DGB:TransObject:5bce59877a8a0222ef15e0a8
- Ley Federal de Propiedad Industrial. Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 27 de junio de 1991. (México). <https://bit.ly/3rOFvgE>.
- Ley Federal de Propiedad Industrial. Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 5 de noviembre de 2020. (México). <https://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/LFPPI.pdf>
- Ley sobre el Control y Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 11 de enero de 1872. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=4709391&fecha=11/01/1982#gsc.tab=0
- Ley sobre el Registro de la Transferencia de Tecnología y el Uso y Explotación de Patentes y Marcas, Diario Oficial de la Federación [D.O.F.]. 28 de diciembre de 1972. (México).
- Londoño, J. (2009). La denominación de origen y el alcance de su protección. *Revista de la Propiedad Inmaterial*, (13), pp. 41-58. Recuperado de <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=3135157>
- Marín, M. (2009). Protección de las obras artísticas por la propiedad industrial en España. *Innovación y Experiencias Educativas, Revista Digital*, (17). Disponible en: <https://bit.ly/492MP9j>
- Montenegro, Y., & Cabrera, K. (2022). Protección y legitimidad de los nombres comerciales frente a la marca y nombre social en la Comunidad Andina. *Ius et Praxis*, 28(2), pp. 63-80. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-00122022000200063>

- Rangel Medina, D. (1992). *Derecho de la propiedad industrial e intelectual* (2a ed.). México: Universidad Nacional Autónoma de México, Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- Rangel Medina, D. (1990). La propiedad industrial en la legislación mercantil mexicana. Pasado - Presente - Futuro. *Jurídica Anuario del Departamento de Derecho de la Universidad Iberoamericana*, (20), pp. 597-629. UNAM-Instituto de Investigaciones Jurídicas, Acervo de la Biblioteca Jurídica Virtual: <http://historico.juridicas.unam.mx/publica/librev/rev/jurid/cont/20/pr/pr30.pdf>
- Robleto, C. (2014). Protección jurídica del nombre comercial y rótulos de establecimiento. *Revista de Derecho*, 11, pp. 195-204. <https://www.camjol.info/index.php/DERECHO/article/view/1550/1353>
- Rodríguez, F. (2008). El sistema de patentes y el desarrollo tecnológico: Algunas consideraciones en el marco de la libre competencia. *Propiedad Intelectual*, 7(11), pp. 87-109. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1890/189018627004.pdf>
- Schmitz, C. (2009). Propiedad intelectual, dominio público y equilibrio de intereses. *Revista Chilena de Derecho*, 36(2), pp. 343-367. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1770/177014523006.pdf>
- Schmitz, C. (2012). Distintividad y uso de las marcas comerciales. *Revista Chilena de Derecho*, 39(1), pp. 9-31. Disponible en <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=177022895002>
- Universidad Politécnica de Madrid. (2021). *Circuito integrado*. <https://www.etsist.upm.es/estaticos/ingeniatic/index.php/tecnologias/item/403-circuito-integrado%3Ftmpl=component&print=1.html>
- Vega, M. (2014). La propiedad industrial en las empresas consumidoras de diseño. *Propiedad Intelectual*, 13(17), pp. 125-145. Disponible en <https://www.redalyc.org/pdf/1890/189032484008.pdf>