



DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.
(DOF 18-05-2018)

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN
Secretaría General
Secretaría de Servicios Parlamentarios
Dirección General de Servicios de Documentación, Información y Análisis

PROCESO LEGISLATIVO

DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de mayo de 2018

PROCESO LEGISLATIVO	
01	04-01-2018 Comisión Permanente. INICIATIVA con proyecto de decreto que reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial. Presentada por el Dip. Jorge Enrique Dávila Flores (PRI). Se turnó a la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados. Gaceta Parlamentaria, 4 de enero de 2018.
02	13-03-2018 Cámara de Diputados. DICTAMEN de la Comisión de Economía con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial. Aprobado en lo general y en lo particular, por 358 votos en pro, 0 en contra y 1 abstención. Se turnó a la Cámara de Senadores para sus efectos constitucionales. Diario de los Debates, 1 de marzo de 2018. Discusión y votación, 13 de marzo de 2018.
03	15-03-2018 Cámara de Senadores MINUTA con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial. Se turnó a las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos. Diario de los Debates, 15 de marzo de 2018.
04	22-03-2018 y 03-04-2018 Cámara de Senadores. DICTAMEN de las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos, con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial, en materia de reconocimiento de marcas. Aprobado en lo general y en lo particular, por 75 votos en pro, 0 en contra y 0 abstenciones. Se turnó al Ejecutivo Federal para sus efectos constitucionales. Diario de los Debates 21 de marzo de 2018. Discusión y votación 22 de marzo de 2018 y 3 de abril de 2018.
05	18-05-2018 Ejecutivo Federal. DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de mayo de 2018.

04-01-2018

Comisión Permanente.

INICIATIVA con proyecto de decreto que reforma y adiciona diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

Presentada por el Dip. Jorge Enrique Dávila Flores (PRI).

Se turnó a la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados.

Gaceta Parlamentaria, 4 de enero de 2018.

INICIATIVA CON PROYECTO DE DECRETO QUE REFORMA Y ADICIONA DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Gaceta Parlamentaria, año XXI, número 4936-F, jueves 4 de enero de 2018

El que suscribe, Jorge Dávila Flores, diputado de la LXIII Legislatura, en nombre del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, en ejercicio de la facultad que me otorga el artículo 71, fracción II, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, en sus artículos 56 y 176 del Reglamento para el Gobierno Interior del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, somete a consideración de este pleno la presente iniciativa con proyecto de decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial, al tenor de la siguiente

Exposición de Motivos

En México la Propiedad Industrial, constituye un instrumento para mejorar el acceso a la innovación, aumentar la producción nacional innovadora y disfrutar de los beneficios de los mercados nacionales e internacionales. Su adecuada protección fomenta el desarrollo de las actividades industriales y comerciales del país.

En los últimos años, la protección de los derechos de propiedad industrial en México, ha adquirido relevancia como herramienta para el desarrollo económico del país.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (en adelante, IMPI), es el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, encargado de administrar el sistema de Propiedad Industrial y su participación ha resultado fundamental para la protección y fomento de la creatividad e innovación, a fin de consolidar dicho crecimiento económico sustentable.

Las marcas son el fruto de un emprendedor o de la pequeña, mediana y grande empresa que permiten distinguir sus productos y servicios de los de sus competidores en el mercado. Tienen como características la exclusividad, la territorialidad y la temporalidad.

La importancia del registro de signos distintivos obedece a que éstos constituyen un bien comercial y, en ocasiones, el activo más rentable de un negocio, asimismo, otorga a su titular el derecho al uso exclusivo para distinguir productos o servicios frente a sus competidores en todo el territorio mexicano y cuyo uso por parte de terceros está limitado al consentimiento del titular. El uso puede ser autorizado mediante el otorgamiento de licencias e, incluso, el titular puede ejercer acciones legales en contra de terceros que utilicen su signo sin autorización siendo un medio para reprimir y evitar la competencia desleal en el mercado.

La obtención de un registro debe iniciarse a petición de la parte interesada y cumplir con una serie de formalidades establecidas en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento; presentando una solicitud ante las oficinas del Instituto o a través de medios de comunicación electrónica. Dicha solicitud debe presentarse por escrito, acompañada del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Iniciado el trámite de registro, el Instituto realiza un examen a fin de determinar si cumple con los requisitos para analizar si es registrable en términos de la ley.

Si derivado del examen, el IMPI determina que procede el registro del signo propuesto, otorga el título, el cual tiene una vigencia de diez años en el territorio nacional contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, y puede renovarse por periodos de la misma duración.

El instituto tiene un proceso eficiente y ejemplar a nivel internacional, ya que el tiempo promedio para conceder un registro oscila de 4 a 6 meses.

Para el consumidor las marcas identifican la calidad del producto o servicio y para el titular establecen el prestigio comercial.

Con el propósito de otorgar seguridad jurídica y eficiencia, en 2013 entró en vigor el tratado internacional denominado Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, que facilita la presentación de la solicitud y la gestión posterior de registros marcarios en el extranjero, vía una solicitud internacional en la que se designan los Estados u organizaciones intergubernamentales donde se quiere solicitar la protección.

Esta herramienta simplifica la tramitación de solicitudes a los nacionales ya sean personas físicas, pequeñas, medianas o grandes empresas, que deseen entrar rápidamente al mercado global, pues sólo tienen que presentar una solicitud en idioma español, pagando una tasa con un solo tipo de moneda, con un formato estándar en lugar de presentar solicitudes independientes en las oficinas nacionales de propiedad industrial.

En aras de brindar un mejor servicio, el IMPI implementó la tramitación en línea de solicitudes de registro de marcas, avisos comerciales y publicación de nombres comerciales. Esta herramienta de acceso ágil, eficiente y seguro, permite al usuario desde cualquier lugar vía Internet, la captura, pago, firma y envío de la solicitud. Si se presenta de forma correcta y es registrable en términos de Ley, se obtiene el registro de forma fácil y rápida.

Dicho medio de presentación tiene grandes beneficios como el ahorro de dinero, tiempo y disminución de errores en la presentación de la solicitud, lo que se traduce en seguridad jurídica para el usuario y disminución en el tiempo de respuesta.

En el contexto internacional, México es signatario de diversos tratados internacionales de Propiedad Intelectual, como el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual (ADPIC), así como de una amplia gama de tratados de libre comercio que establecen capítulos de Propiedad Industrial, por mencionar algunos con la Unión Europea, con Panamá y el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN).

En todos ellos, se establecen compromisos en materia de Propiedad Industrial y, en específico, nuevos retos en temas marcarios.

Por lo anterior y en virtud de las necesidades específicas que demanda el comercio, es necesaria la modernización de la Ley de la Propiedad Industrial para continuar con el fortalecimiento en el otorgamiento y protección de estos derechos.

Algunos tipos de marcas han quedado rezagados por faltos de regulación, tal es el caso de las marcas de certificación, marcas olfativas y sonoras y, en otros casos, se requiere actualizar el procedimiento para su mejor utilización y protección, a efecto de brindar certeza jurídica en su otorgamiento y aprovechamiento.

De tal suerte que la presente iniciativa pretende incluir nuevas figuras de protección, abriendo un abanico de oportunidades para todos los sectores productivos. Asimismo, busca generar los medios idóneos para prevenir y reprimir los actos de competencia desleal. Por todo esto, el proyecto pretende retomar y enriquecer figuras contenidas en otras legislaciones y en tratados internacionales de los que México es parte, para atender a las necesidades nacionales, muchas de ellas observadas en la práctica de la Propiedad Industrial.

Las modificaciones específicas a la Ley de la Propiedad Industrial contenidas en la presente Iniciativa son las siguientes:

En el título cuarto, De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales, Capítulo I De las Marcas, se propone la reforma del artículo 87, a efecto de precisar que cualquier persona física o moral, podrán hacer uso de marcas en la industria y en el comercio y no sólo los comerciantes o prestadores de servicios.

Acorde con las mejores prácticas comerciales y con el objeto de ampliar los tipos de marcas se modifica la definición de ésta en el artículo 88, de manera que ya no se entenderá por marca todo signo visible, sino todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representación gráfica, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Con ello, se incluye en la Ley de la propiedad Industrial las

marcas sonoras y olfativas, así como la pluralidad de elementos operativos o de imagen, incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque o la decoración que al combinarse, distinguen productos o servicios en el mercado.

A la fecha, en México el registro de las marcas está limitado exclusivamente a signos visibles, es decir aquellos que se manifiestan a través de palabras o imágenes. Sin embargo, en la sociedad moderna, el consumidor atiende cada vez más a detalles específicos respecto de las características de los productos o servicios que se encuentran en el mercado, al tomar decisión de compra.

Hoy en día, en virtud de los nuevos avances en relación con la comercialización de los productos, se llega al consumidor a través de medios sensoriales diferentes al de la vista, como el olfato y la audición. Por esta razón, surgen las marcas no tradicionales de naturaleza olfativa o auditiva que distinguen productos o servicios en el mercado. La percepción de estas marcas implica una aprehensión profunda de la realidad capturada por los sentidos, que va más allá de la simple captación de los objetos pues conduce a crear una imagen mental del objeto en cuestión y compararlo con otros objetos, sensaciones y percepciones.

Cabe señalar que actualmente, dichas marcas no tradicionales son susceptibles de registro y protección en múltiples legislaciones de diversos países, entre ellos los Estados Unidos de América, Japón, Reino Unido, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (European Union Intellectual Property Office, por sus siglas en inglés EUIPO), la Comunidad Andina, entre otros.

Por tal motivo se reforma y adiciona el artículo 89 de la ley, en el cual se describen los signos que pueden constituir una marca.

Se realiza una profunda revisión al artículo 90, el cual establece los impedimentos de registro de marca, de manera que su contenido sea acorde con los cambios propuestos al concepto de marca y los signos que pueden constituirlos. Además se mejora la redacción de sus supuestos con la finalidad de optimizar el estudio de una solicitud y evitar que se registren signos que no reúnan las características necesarias para obtener la protección.

Se reconoce la figura de la distintividad adquirida, conocida en la doctrina de otros países como secondary meaning . De acuerdo con Jesús López Cegarra¹ , la distintividad adquirida constituye el nuevo significado que consigue un signo que carece de distintividad, pero que mediante su utilización en promoción, publicidad o uso efectivo como marca, adquiere la capacidad para identificar y distinguir una fuente empresarial.

Por lo tanto se trata de aquellas marcas o signos que no eran distintivos conforme a la ley en materia de marcas, por ser descriptiva o genérica desde su origen, pero que con la inversión de recursos por parte de los productores o prestadores de servicios, ha adquirido dicha distintividad, de manera que los consumidores las identifican plenamente y la asocian con su titular.

Asimismo, se reconoce la coexistencia de marcas en el comercio con el objeto de que los particulares, bajo las disposiciones que establezca el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, puedan obtener el registro.

En cuanto al capítulo II De las Marcas Colectivas, se propone reformar su denominación a efecto de incluir a las marcas de certificación; además, se fortalecen las disposiciones relativas a las reglas de uso.

Actualmente las marcas colectivas no cuentan con una regulación sólida que permita que su uso en el comercio genere realmente condiciones para ser un medio que favorezca la competitividad. Mientras que las marcas de certificación no cuentan con protección en México.

La iniciativa pretende ampliar la protección de las marcas colectivas e incluir las marcas de certificación. Con ello los sectores industrial, agrícola y comercial, contarán con mayores herramientas de propiedad industrial para su desarrollo productivo correspondiente, convirtiéndose en derechos comerciales competitivos generadores de empleos, a través de su consolidación y permanencia en el mercado.

Es importante señalar que el antecedente inmediato de la protección de las marcas colectivas y de certificación, conocidas también como marcas de garantía en la doctrina, se dio durante la época renacentista, a través de las marcas corporativas que servían casi exclusivamente, para garantizar que el producto marcado había sido confeccionado según las reglas de la corporación y que había sido objeto de un cierto control o que provenía de determinada villa o región.²

La primera referencia internacional de este tipo de derecho colectivo, se encuentra en el artículo 7 Bis del Convenio de París, que obliga a proteger las marcas colectivas y permite que las condiciones particulares de su protección sean definidas por los estados parte.

Las marcas de certificación también cuentan con referentes internacionales, como el Arreglo de Madrid y el Protocolo concerniente al Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas, así como en el artículo 1708 del Tratado de Libre Comercio con América del Norte, en cuyo texto se menciona que las partes podrían incluir en la definición de marcas a las marcas de certificación.

En este contexto, cabe precisar que México es uno de los pocos países integrantes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual que no regula de manera precisa lo relativo a las marcas colectivas y no protege a las marcas de certificación, lo que pone en desventaja competitiva en el mercado global, a los titulares de derechos en relación con sus competidores.

Este tipo de marcas buscan eliminar desventajas de emprendedores, pequeñas, medianas o grandes empresas en el mercado; ayudan a comercializar, fomentan la cooperación entre los productores y permiten que al agruparse se distinga de forma eficaz el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios que cada miembro comparte con los demás.

Muchos países exigen las reglas de uso para todos los miembros de las asociaciones titulares de las marcas colectivas e, incluso, hay sistemas donde este tipo de marcas desempeñan funciones de las marcas de certificación, por lo que con la inclusión de esta figura, se eliminan asimetrías entre los sistemas normativos.

Por otra parte, la marca de certificación sirve para garantizar algún rasgo particular de los productos o servicios a los que se aplica, como naturaleza, calidad, el origen geográfico, la forma en la que se fabrica, el cumplimiento de ciertas normas de seguridad, el grupo que lo hizo, etcétera.

El concepto de marca de certificación también parte de la definición de “marca”, en tanto que su objetivo es distinguir servicios y productos, pero permite a las empresas o personas usar una marca más, además de su marca individual, a fin de garantizar al público consumidor que los productos o servicios de las marcas ya certificadas presentan características especiales.

Cabe señalar que el titular de la marca de certificación, también conocido como certificador, no puede poner en el comercio bienes y servicios, pues sólo se dedica a certificar los productos de terceros, es decir, a dar una garantía sobre las características del producto, por ejemplo: que los materiales usados son orgánicos o que provienen del comercio justo.

Por todo lo anterior se reforman los artículos 96 y 97 relativos a la marca colectiva y se adicionan los artículos 97 Bis y 97 Bis 1, aclarándose que las marcas colectivas se tratan de marcas cuyos productos poseen calidad o características comunes.

Se incluyen los elementos que deben contener las reglas de uso, pues esto ayuda tanto a la organización de los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva, como a los usuarios al delimitar la garantía que se ofrecerá en los productos o servicios con la marca colectiva.

Para efectos de la marca de certificación se reforma el artículo 98, en donde se incluye su definición y se adicionan los artículos 98 Bis 1, 98 Bis 2, 98 Bis 3 y 98 Bis 4, a efecto de establecer su regulación específica consistente en la prohibición del uso por su titular, el cual únicamente podrá autorizar éste a toda persona cuyo producto o servicio cumpla las condiciones determinadas en las Reglas de Uso, las cuales fijarán las características garantizadas por la marca y la manera como se ejercerá el control de la certificación.

Finalmente, se incluye la opción de que las indicaciones geográficas puedan protegerse como marcas de certificación, sin que estas pierdan su naturaleza. Con ello, se crea un sistema de protección equilibrado entre las marcas, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.

En el capítulo V, Del Registro de Marcas, se propone la reforma a varios artículos tales como el artículo 113, fracciones I, II y IV, relativo a los requisitos de la solicitud de registro, en donde se elimina el requisito de señalar la nacionalidad, ya que se trata de un dato que se proporciona en las solicitudes con fines estadísticos, en la fracción II, se clarifica que se debe presentar la representación del signo que constituya la marca, acorde con

las modificaciones relativas a marcas no tradicionales y en su fracción IV, se establece que se deberá señalar específicamente los productos o servicios a los que se aplicará la marca.

Se deroga el artículo 115 relativo a las denominadas leyendas no reservables, es decir, sobre aquellos signos que aun cuando se acompañen en la solicitud no se está solicitando protección, al tratarse de aspectos generales que conforman únicamente al ejemplar de un signo, más no le proporcionan distintividad. Con el propósito de hacer más eficiente el trámite de registro de un signo distintivo e incorporar tendencias mundiales en la materia.

Cabe señalar que si bien recientemente se introdujo el sistema de oposición al sistema marcario mexicano, la práctica diaria obliga a fortalecerlo para brindar mayor certeza jurídica a los usuarios del sistema marcario mexicano, siendo ésta la oportunidad para llevarlo a cabo.

Esta mejora al sistema de oposición, permitirá al Instituto afianzar el trámite, dotando de mayores instrumentos a los solicitantes y a los oponentes, para que obtengan el máximo beneficio en la defensa de sus derechos de propiedad industrial.

Es importante señalar que como parte del perfeccionamiento del sistema de oposición, se propone la adición de un artículo 120 Bis 4, a efecto de que una vez otorgado el registro de marca o aviso comercial o publicado el nombre comercial, no sea procedente una solicitud de declaración administrativa de nulidad.

Dicho supuesto sólo se establece para el caso de las fracciones I (cuando se haya otorgado en contravención de las disposiciones de la Ley o la que hubiese estado vigente en la época de su registro) y IV (cuando se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares) del artículo 151 de esta Ley, y cuando el solicitante de dicho procedimiento hubiere presentado previamente una oposición a la solicitud de registro o publicación correspondiente. Lo anterior, con el objeto de proporcionar seguridad jurídica al titular de la marca de que su registro no será objeto de una nueva revisión en la instancia administrativa.

Respecto al artículo 124 se precisa la forma y casos en los que procederá la suspensión del trámite de una solicitud de registro o publicación de un signo distintivo.

En el artículo 128 se eliminó la referencia a que la marca deberá usarse con modificaciones que no alteren su carácter distintivo, con la finalidad de dar certeza sobre su uso.

Se adiciona un último párrafo en el artículo 133, para incluir aquellos casos en los que una marca se encuentra en el plazo de gracia de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia del registro, a efecto de establecer que éstas pueden constituir un impedimento para otras solicitudes que se encuentren en trámite de registro o publicación, ya que se trata de registros o publicaciones que pueden ser objeto de renovación de su vigencia.

En el mismo título cuarto, capítulo VI De las Licencias y la Transmisión de Derechos, se propone la reforma a los artículos 145 y 146, a efecto de incluir a las solicitudes en trámite dentro de las ligas que se crean al momento de la transmisión de marcas.

En el título sexto De los Procedimientos Administrativos, Capítulo I Reglas Generales de los Procedimientos, se propone la modificación del artículo 180, a fin de clarificar los supuestos que prevé.

Se modifica el artículo 183, a fin de privilegiar a la Gaceta de la Propiedad Industrial como medio de notificación y con ello hacer más expeditos los trámites ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Se propone modificar el último párrafo del artículo 184, relativo a la forma en que se efectúa el cómputo de los plazos, aclarándose expresamente que se trata de días hábiles a partir de cuándo empezarán a correr éstos.

Finalmente, respecto del régimen transitorio, se propone que el Decreto entre en vigor a los treinta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación, a efecto de darle la difusión necesaria a las modificaciones y los solicitantes se familiaricen con las reformas.

Adicionalmente, las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado a éstas, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente decreto serán resueltas conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

Por lo anteriormente expuesto, someto a la consideración de esta honorable asamblea el siguiente proyecto de

Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial

Artículo Único. Se reforman los artículos 58, segundo párrafo; 87; 88; 89, fracción I, III y IV; 90, fracciones de la I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI, XII, XIII, XIV, XV, XV bis que pasa a ser XVI, recorriéndose en su orden la actual XVI y XVII; la Denominación del Capítulo II del Título Cuarto; 96; 98; 113, fracciones I, II, III y IV; 120; 122 Bis, segundo párrafo; 125, último párrafo; 126, primer párrafo y fracciones VI y VII; 128; 131; 145; 146, 180, 183 y 184, último párrafo; se adicionan los artículos 89, con las fracciones V, VI, VII y VIII; 90, con las fracciones XIX, XX y XXI y dos últimos párrafos; 97 Bis; 97 Bis 1; 98 Bis; 98 Bis 1; 98 Bis 2; 98 Bis 3; 98 Bis 4; 120 Bis; 120 Bis 1; 120 Bis 2; 120 Bis 3; 120 Bis 4; 126, con un último párrafo; 133, con un último párrafo, 180, con un segundo y tercer párrafo y 183, con un segundo párrafo, recorriéndose el actual segundo para pasar a ser el tercero y un cuarto párrafo y se deroga el artículo 115 de la Ley de la Propiedad Industrial para quedar como sigue:

Artículo 58. ...

El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.

...

Artículo 87. Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Artículo 88. Se entiende por marca todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representación gráfica, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89. ...

I. Las letras, números, denominaciones, elementos figurativos y combinaciones de colores;

II. ...

III. Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente;

IV. El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;

V. Los sonidos;

VI. Los olores;

VII. La pluralidad de elementos operativos o de imagen, incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque o la decoración que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado, y

VIII. La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.

Artículo 90. No serán registrables como marca:

I. Los signos animados o cambiantes, que se expresan de manera dinámica, aun cuando sean perceptibles por los sentidos;

II. Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas frases, denominaciones o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos 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 distintividad, así como la forma usual y corriente de los productos o servicios, o la impuesta por su naturaleza o función industrial;

IV. Los signos que considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que traten de protegerse como marca. Quedan incluidos en el supuesto anterior los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;

V. Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de otros signos que les den un carácter distintivo;

VI. La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, así como la transliteración de signos 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, emblemas o cualquier otro signo 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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX. Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, signos o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X. ...

XI. Las denominaciones o signos que identifiquen poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos. Así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal.

XII. Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles, a menos que se tenga el consentimiento del propietario;

XIII. Los nombres, apellidos, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;

XIV. La reproducción o imitación 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;

XV. Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales los que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial de los productos o servicios que pretenda amparar;

XVI. Los signos iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicitase:

a) Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;

- b) Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;
- c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o
- d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

XVII. Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del C artículo II BIS, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio. Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa.

XVIII. Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;

XIX. Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;

XX. El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios, y

XXI. Los signos que reproduzcan o imiten variedades vegetales protegidas, o razas animales.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones II, III y IV del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio en el territorio nacional.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII y XIX del presente artículo, cuando se exhiba el convenio de coexistencia, de conformidad con el reglamento de esta Ley.

Capítulo De las Marcas Colectivas y de Certificación.

II

Artículo 96. Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.

Artículo 97. Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".

Artículo 97 Bis. Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:

- I. El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;
- II. El signo de la marca;
- III. Los productos o servicios a que se aplicará la marca;

- IV. Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;
- V. Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasamiento;
- VI. La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;
- VII. Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;
- VIII. Las sanciones para el caso de incumplimiento a las reglas de uso;
- IX. La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y
- X. Las demás que estime pertinentes el solicitante.

En el caso de la IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 97 Bis 1. La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.

Las marcas colectivas se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98. Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas por su titular, tales como:

- I. Los componentes de los productos;
- II. Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;
- III. La calidad u otras características de los productos o servicios, y
- IV. El origen geográfico de los productos.

Artículo 98 Bis. La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.

Artículo 98 Bis 1. Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.

Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:

- I. Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;
- II. Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;
- III. Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y

IV. Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.

Artículo 98 Bis 2. La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:

I. Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;

II. El signo de la marca;

III. Las especificaciones técnicas que definan los caracteres específicos del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;

IV. El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;

V. Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;

VI. El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento a las reglas de uso;

VII. La indicación de que la marca no podrá ser licenciada;

VIII. La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;

IX. En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional, y

X. Las demás que estime pertinentes el solicitante.

Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.

En el caso de la VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 98 Bis 3. La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumpla las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Las marcas de certificación se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta ley para las marcas.

Artículo 98 Bis 4. El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".

En caso de las marcas de certificación que protejan Indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III De la Autorización para su Uso.

Artículo 113. ...

I. Nombre y domicilio del solicitante;

II. La representación del signo que constituya la marca;

III. La fecha de primer uso de la marca, la cual podrá ser retirada pero no modificada ulteriormente, o, en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca;

IV. Los productos o servicios específicos a los que se aplicará la marca, y

V. ...

Artículo 115. Derogado.

Artículo 120. El Instituto otorgará un plazo improrrogable de dos meses, contados a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta ley.

La oposición deberá presentarse por escrito, acompañada de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Artículo 120 Bis. Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de dos meses, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición, y, en su caso, presente pruebas.

Artículo 120 Bis 1. Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.

Artículo 120 Bis 2. Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de diez días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Concluido dicho plazo, se realizará el examen de fondo de la solicitud.

Artículo 120 Bis 3. La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.

Artículo 120 Bis 4. Una vez otorgado el registro de marca o aviso comercial o publicado el nombre comercial, no procederá la solicitud de declaración administrativa de nulidad prevista en las fracciones I y IV del artículo 151 de esta Ley, cuando el solicitante de dicho procedimiento hubiere presentado previamente una oposición a la solicitud de registro o publicación correspondiente, en los términos de esta ley.

Artículo 122 Bis. ...

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

...

Artículo 124. El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.

Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo.

Artículo 125. ...

...

El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.

Artículo 126. El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:

I. a V. ...

VI. Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso, y de expedición, y

VII. Vigencia.

Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128. La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada.

Artículo 131. Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.

Artículo 133. ...

Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX.

Artículo 145. Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros o solicitudes en trámite de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amporen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.

Artículo 146. Cuando el titular de registros o solicitudes en trámite de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.

Artículo 180. Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, en su caso, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.

Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.

Artículo 183. En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.

El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.

En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, incluyendo aquellos seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el párrafo primer párrafo el presente artículo.

El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.

Artículo 184. ...

Los plazos empezarán a correr al día hábil siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día hábil siguiente de aquél en que se ponga en circulación.

Transitorios

Primero. El presente decreto entrará en vigor a los treinta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

Notas

1 López Cegarra Jesús. Marcas: la distintividad adquirida en el derecho comunitario andino . Universidad de los Andes Mérida, Venezuela. Propiedad Intelectual, vol. V, núm. 8-9, enero-diciembre, 2006, pp. 54-71.

2 Largo Gil Rita. Las marcas colectivas y las marcas de garantía . Edit. Thomson Civitas. 2006.

Palacio Legislativo de San Lázaro, a 20 de diciembre de 2017.

Diputado Jorge Enrique Dávila Flores (rúbrica)

Turnada a la Comisión de Economía

VOLUMEN IV

CONTINUACIÓN DE LA SESIÓN 10
DEL 1o. DE MARZO DE 2018

LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

El secretario diputado Andrés Fernández del Valle Lai-sequilla: Dictamen de la Comisión de Economía con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE ECONOMÍA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

HONORABLE ASAMBLEA:

A la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados de la LXIII Legislatura del Honorable Congreso de la Unión, le fue turnada para su estudio y dictamen la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

Esta Comisión Legislativa, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 39, numeral 2, fracción XXII, y 45, numeral 6, incisos e) y f), de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, y 68, 80, numeral 1, fracción II, 82, numeral 1, 85, numeral 1, 157, numeral 1, fracción I, y 158, numeral 1, fracción IV, del Reglamento de la Cámara de Diputados, se abocó al estudio y discusión del proyecto de Iniciativa que se menciona, y conforme a las consideraciones y a la votación que realizaron sus integrantes, somete a consideración de esta Honorable Asamblea el siguiente:

DICTAMEN

*Declaratoria de Publicidad.
Marzo 1° del 2018.*

I. ANTECEDENTES

PRIMERO. - El 4 de enero de 2018, el Diputado Jorge Enrique Dávila Flores del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, en ejercicio de la facultad conferida en el artículo 71 fracción II y 78 fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 6, numeral 1, fracción I, 77, 78 y demás aplicables del Reglamento de la Cámara de Diputados, presentó ante la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

SEGUNDO. - El 4 de enero de 2018, la Presidencia de la Mesa Directiva de la Comisión Permanente del Honorable Congreso de la Unión turnó la propuesta a la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados para dictamen.

TERCERO. - El 15 de enero de 2018, la Comisión de Economía recibió, mediante oficio D.G.P.L. 63-II-7-2953, la iniciativa en comento.

CUARTO. - El 19 de enero de 2018, la Junta Directiva de la Comisión de Economía solicitó prórroga para emitir dictamen a la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

II. OBJETO DE LA INICIATIVA

La iniciativa tiene como objeto modificar el concepto de marca en la Ley de la Propiedad Industrial y ampliar la protección de las marcas colectivas, así como incluir las marcas de certificación, en consonancia con los compromisos internacionales que ha suscrito México.

TEXTO VIGENTE	PROPUESTA DE LA INICITIVA	MODIFICACIÓN DE LA DICTAMINADORA
Artículo 58.- El interesado tendrá un plazo adicional de dos meses para cumplir los requisitos a que se refieren los artículos 44, 50, 55 y 57 de esta Ley, sin que medie solicitud y comprobando el pago de la tarifa que corresponda al mes en que se dé cumplimiento.	Artículo 58.-
El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.	El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.	...
La solicitud se tendrá por abandonada si el solicitante no da cumplimiento a los requerimientos formulados, dentro del plazo inicial o en el adicional previsto en este artículo; o no presenta el comprobante de pago de las tarifas correspondientes.
Artículo 87.- 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.	Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.	...
Artículo 88.- Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de	Artículo 88.- Se entiende por marca todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de	Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de



COMISIÓN DE ECONOMÍA

otros de su misma especie o clase en el mercado.	representación gráfica, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.	representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.
Artículo 89.- Pueden constituir una marca los siguientes signos:	Artículo 89.-
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;	I.- Las letras, números, denominaciones, elementos figurativos y combinaciones de colores;	I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;
II.- Las formas tridimensionales;	II.-
III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente, y	III.-
IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.	IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;	...
Sin correlativo	V.- Los sonidos;	...
Sin correlativo	VI.- Los olores;	...
Sin correlativo	VII.- La pluralidad de elementos operativos o de imagen, incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque o la decoración que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado; y	VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado; y
Sin correlativo	VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.	...
Artículo 90.- No serán registrables como marca:	Artículo 90.-
I.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes, que se	I.- Los signos animados o cambiantes, que se expresan de manera dinámica, aun cuando	I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>expresan de manera dinámica, aun cuando sean visibles;</p>	<p>sean perceptibles por los sentidos;</p>	<p>como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;</p>
<p>II.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden 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;</p>	<p>II.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas frases, denominaciones o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;</p>	<p>II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad; así como, la forma usual y corriente de los productos o servicios, o; la impuesta por su naturaleza o funcionalidad;</p>
<p>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;</p>	<p>III.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad, así como la forma usual y corriente de los productos o servicios, o la impuesta por su naturaleza o función industrial;</p>	<p>III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;</p>
<p>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;</p>	<p>IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que traten de protegerse como marca. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;</p>	<p>IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que pretenden distinguir. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;</p>
<p>V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de elementos tales</p>	<p>V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o</p>	<p>...</p>



COMISIÓN DE ECONOMÍA

como signos, diseños o denominaciones, que les den un carácter distintivo.	acompañados de otros signos que les den un carácter distintivo;	
VI.- La traducción a otros idiomas, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables;	VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, así como la transliteración de signos 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;	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, emblemas o cualquier otro signo de organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;	VII.- Los signos que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier otro signo de instrumentos internacionales, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;
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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;	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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier 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;	IX.- Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, signos 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 o comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos,	X.-



COMISIÓN DE ECONOMÍA

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 sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario;	XI.- Las denominaciones o signos que identifiquen poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos. Así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;	XI.- Las denominaciones de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de lugares, que se caractericen por la fabricación o producción de ciertos productos o la prestación de ciertos servicios; así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;
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;	XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles, a menos que se tenga el consentimiento del propietario;	XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;
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;	XIII.- Los nombres, apellidos, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;	XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el derecho correspondiente.
Sin correlativo	Sin correlativo	Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>XIV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios que pretenda amparar;</p>	<p>XIV.- La reproducción o imitación 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;</p>	<p>XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Sin correlativo</p>	<p>Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Sin correlativo</p>	<p>Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;</p>
<p>XV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.</p>	<p>XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales los que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial de los productos o servicios que pretenda amparar la marca cuyo registro se solicita;</p>	<p>XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;</p>
<p>Este impedimento procederá en cualquier caso en que el uso de la marca cuyo registro se solicita:</p>		



COMISIÓN DE ECONOMÍA

a) Pudiese crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida; e	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
b) Pudiese constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida; e	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
c) Pudiese causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida; o	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
d) Pudiese diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida; y	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
XV.- BIS. Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del capítulo II BIS, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.	XVI.- Los signos iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:	XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:
Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa-	a) Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;	...
	b) Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;	...
	c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida; o	...
	d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.	...
	Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;	...
XVI.- Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra en trámite de	XVII.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el	XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Sin embargo, si podrá registrarse una marca que sea idéntica a otra ya registrada, si la solicitud es planteada por el mismo titular, para aplicarla a productos o servicios similares, y</p>	<p>Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.</p>	<p>Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;</p>	<p>...</p>
<p>XVI.- Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Sin embargo, si podrá registrarse una marca que sea idéntica a otra ya registrada, si la solicitud es planteada por el mismo titular, para aplicarla a productos o servicios similares, y</p>	<p>XVIII.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;</p>	<p>XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;</p>
<p>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</p>	<p>XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si</p>	<p>...</p>



COMISIÓN DE ECONOMÍA

comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado.	no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;	
Sin correlativo	XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios, y	...
Sin correlativo	XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten variedades vegetales protegidas, o razas animales.	XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y
Sin correlativo	Sin correlativo	XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.
Sin correlativo	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones II, III y IV del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio en el territorio nacional.	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.
Sin correlativo	Sin correlativo	No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo



COMISIÓN DE ECONOMÍA

		del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiéndose que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.
Sin correlativo	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII y XIX del presente artículo, cuando se exhiba el convenio de coexistencia, de conformidad con el reglamento de esta Ley.	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.
Capítulo II De las Marcas Colectivas	Capítulo II De las Marcas Colectivas y de Certificación.	Capítulo II De las Marcas Colectivas y de Certificación.
Artículo 96.- Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.	Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.	...
Sin correlativo	Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".	...
Artículo 97.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso.	Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:	...
Sin correlativo	I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;	...
Sin correlativo	II.- El signo de la marca;	II.- La representación de la marca;



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Sin correlativo	III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;	...
Sin correlativo	IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;	...
Sin correlativo	V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasamiento;	V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasado;
Sin correlativo	VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;	...
Sin correlativo	VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;	...
Sin correlativo	VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento a las reglas de uso;	VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
Sin correlativo	IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y	...
Sin correlativo	X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.	...
Sin correlativo	En el caso de la IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.
Artículo 98.- La marca colectiva no podrá ser transmitida a terceras personas y su uso quedará reservado a los miembros de la asociación.	Artículo 97 BIS 1.- La marca colectiva no será objeto de licencia , ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad
Las marcas colectivas se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.
Sin correlativo	Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido	...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

	certificadas por su titular, tales como:	
Sin correlativo	I.- Los componentes de los productos;	...
Sin correlativo	II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;	...
Sin correlativo	III.- La calidad u otras características de los productos o servicios, y	III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y
Sin correlativo	IV.- El origen geográfico de los productos.	...
Sin correlativo	Artículo 98 BIS.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.	...
Sin correlativo	En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.	...
Sin correlativo	Artículo 98 BIS 1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.	...
Sin correlativo	Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:	...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Sin correlativo	I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;	...
Sin correlativo	II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;	...
Sin correlativo	III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y	...
Sin correlativo	IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.	...
Sin correlativo	Artículo 98 BIS 2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:	...
Sin correlativo	I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;	...
Sin correlativo	II.- El signo de la marca;	II.- La representación de la marca;
Sin correlativo	III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres específicos del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;	III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;
Sin correlativo	IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;	...
Sin correlativo	V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad	...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

	sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;	
Sin correlativo	VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento a las reglas de uso;	VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
Sin correlativo	VII.- La indicación de que la marca no podrá ser licenciada;	VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;
Sin correlativo	VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;	...
Sin correlativo	IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional; y	...
Sin correlativo	X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.	...
Sin correlativo	Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.	...
Sin correlativo	En el caso de la VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.
Sin correlativo	Artículo 98 BIS 3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumpla las condiciones determinadas en las reglas para su uso.	Artículo 98 BIS 3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.
Sin correlativo	Las marcas de certificación se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.	...
Sin correlativo	Artículo 98 BIS 4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones	...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

	determinadas en las reglas para su uso.	
Sin correlativo	Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".	...
Sin correlativo	En caso de las marcas de certificación que protejan indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III De la Autorización para su Uso.	...
CÁPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas	CÁPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas	CÁPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas
<p>Artículo 98 bis. Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.</p> <p>Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.</p> <p>A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley</p>	...	<p>Artículo 98 TER. Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.</p> <p>Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.</p> <p>A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley</p>



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>Artículo 98 BIS-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.</p>	<p>Artículo 98 BIS-1.- ...</p>	<p>Artículo 98 TER 1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.</p>
<p>Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XV y XV BIS, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.</p>	<p>...</p>	<p>Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.</p>
<p>Sin embargo, para que el titular de una marca pueda obtener declaratoria, la misma debe estar registrada en México y amparar los productos o servicios en los que la marca originó su notoriedad o fama.</p>	<p>...</p>	<p>Sin correlativo</p>
<p>Artículo 98 BIS-2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante deberá aportar, entre otros, los siguientes datos:</p>	<p>...</p>	<p>Artículo 98 TER 2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante aportará los siguientes datos:</p>
<p>I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.</p>	<p>...</p>	<p>I.- a XII.- ...</p>
<p>II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido</p>	<p>...</p>	



COMISIÓN DE ECONOMÍA

por la ley.		
III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.	...	
IV. La fecha de primer uso de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
VI. Los canales de comercialización en México y en su caso en el extranjero.	...	
VII. Los medios de difusión de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
IX. La inversión realizada durante los 3 últimos años en publicidad o promoción de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.	...	
XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos 3 años.	...	
XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.	...	
XIII. Los registros de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

XIV. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.	...	XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.
XV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.	...	Sin correlativo
Artículo 98 BIS-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XV o el previsto en la fracción XV BIS, de manera expedita.	...	Artículo 98 TER 3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.
La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.	...	La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.
Artículo 98 BIS-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:	...	Artículo 98 TER 4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:
I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono, fax y correo electrónico del solicitante y en su caso de su apoderado;	...	I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y
II. La marca y el número de registro que le corresponde, y	...	



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>III. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.</p>	<p>...</p>	<p>II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.</p>
<p>Artículo 98 bis-5. Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados. Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses. Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.</p>	<p>...</p>	<p>Artículo 98 TER-5. Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.</p> <p>Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.</p> <p>Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.</p>
<p>Artículo 98 bis-6. Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente. En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.</p>	<p>...</p>	<p>Artículo 98 TER-6. Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.</p> <p>En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.</p>
<p>Artículo 98 BIS-7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama deberán ser publicadas en la Gaceta.</p>	<p>...</p>	<p>Artículo 98 TER 7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama serán publicadas en la Gaceta.</p>
<p>Artículo 98 BIS-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria:</p>	<p>...</p>	<p>Artículo 98 TER 8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:</p>
<p>Cuando se haya otorgado en</p>	<p>...</p>	<p>I.- Se haya otorgado en</p>



COMISIÓN DE ECONOMÍA

contravención a las disposiciones de este Capítulo.		contravención a las disposiciones de esta Ley, y
Cuando las pruebas en las que se sustente la declaratoria sean falsas.	...	II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.
Cuando se haya otorgado con base en una incorrecta valoración de las pruebas.	...	Sin correlativo
Cuando se hubiese concedido a quien no tuviera derecho de obtenerla.	...	Sin correlativo
Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.	...	Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.
Cuando el o los registros marcarios que sirvieron de base para emitir la declaratoria, se nulifiquen, caduquen o cancelen, la declaratoria perderá su valor probatorio.	...	Sin correlativo
Artículo 98 Bis-9.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al o los registros marcarios que le dieron origen.	...	Artículo 98 TER-9.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al o los registros marcarios que le dieron origen.
Artículo 113.- ...	Artículo 113.-
I.- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante;	I.- Nombre y domicilio del solicitante;	...
II.- El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, innominado, tridimensional o mixto;	II.- La representación del signo que constituya la marca;	...
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. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca;	III.- La fecha de primer uso de la marca, la cual podrá ser retirada pero no modificada ulteriormente, o, en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca;	III.- La fecha de primer uso de la marca en México, o en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se entenderá que no se ha usado la marca;
IV.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca, y	IV.- Los productos o servicios específicos a que se aplicará la marca, y	...
V.- Los demás que prevenga el reglamento de esta Ley.	V.-



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>Artículo 115.- En los ejemplares de la marca que se presenten con la solicitud no deberán aparecer palabras o leyendas que puedan engañar o inducir a error al público. Cuando la solicitud se presente para proteger una marca innominada o tridimensional, los ejemplares de la misma no deberán contener palabras que constituyan o puedan constituir una marca, a menos de que se incluya expresamente reserva sobre la misma.</p>	<p>Artículo 115.- (Se deroga).</p>	<p>Artículo 115.- (Se deroga).</p>
<p>Artículo 120.- Cualquier persona que considere que la solicitud publicada se encuentra en alguno de los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley podrá oponerse a su registro, dentro del plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación respectiva.</p>	<p>Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de dos meses, contados a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.</p>	<p>Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.</p>
<p>La oposición deberá presentarse por escrito, acompañada de la documentación que se estime conveniente, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>	<p>La oposición deberá presentarse por escrito, acompañada de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>	<p>La oposición deberá presentarse por escrito, acompañarse de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>
<p>Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del presente artículo, el Instituto publicará en la Gaceta, a más tardar en los diez días hábiles siguientes, un listado de las solicitudes en las cuales se haya presentado oposición al registro.</p>	<p>(Se deroga).</p>	<p>(Se deroga).</p>
<p>La oposición a la solicitud no suspenderá el trámite, ni atribuirá a la persona que la hubiere presentado el carácter de interesado, tercero o parte. Tampoco prejuzgará sobre el</p>	<p>(Se deroga).</p>	<p>(Se deroga).</p>



COMISIÓN DE ECONOMÍA

resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.		
Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del presente artículo, el Instituto publicará en la Gaceta, a más tardar en los diez días hábiles siguientes, un listado de las solicitudes en las cuales se haya presentado oposición al registro.	(Se deroga).	(Se deroga).
El solicitante podrá manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con las causas, impedimentos o anterioridades citadas en la oposición, dentro del plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación respectiva.	(Se deroga).	(Se deroga).
La oposición, así como las manifestaciones del solicitante podrán ser consideradas por el Instituto durante el examen de fondo de la solicitud.	(Se deroga).	(Se deroga).
Sin correlativo	Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de dos meses , contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición, y, en su caso, presente pruebas.	Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén	...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

	contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.	
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de diez días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Concluido dicho plazo, se realizará el examen de fondo de la solicitud.	Artículo 120 BIS 2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.	...
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 4.- Una vez otorgado el registro de marca o aviso comercial o publicado el nombre comercial, no procederá la solicitud de declaración administrativa de nulidad prevista en las fracciones I y IV del artículo 151 de esta Ley, cuando el solicitante de dicho procedimiento hubiere presentado previamente una oposición a la solicitud de registro o publicación correspondiente, en los términos de esta Ley.	Se suprime
Artículo 122 BIS.- El interesado tendrá un plazo adicional de dos meses para cumplir los requisitos a que se refiere el artículo anterior, sin que medie solicitud y comprobando el pago de la tarifa	Artículo 122 BIS.-



COMISIÓN DE ECONOMÍA

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 anterior.	El plazo adicional, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en el artículo 122 anterior.	...
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.
Artículo 124.- Si el impedimento se refiere a la existencia de uno o varios registros de marcas idénticas o similares en grado de confusión sobre los cuales exista o se presente procedimiento de nulidad, caducidad o cancelación, a petición de parte o de oficio, el Instituto suspenderá el trámite de la solicitud hasta que se resuelva el procedimiento respectivo.	Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.	Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.
Sin correlativo	Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo.	Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.
Artículo 125.- Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá el título.	Artículo 125.-



COMISIÓN DE ECONOMÍA

En caso de que el Instituto niegue el registro de la marca, lo comunicará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.
En su caso el Instituto comunicará por escrito al oponente de la solicitud los datos del título expedido o los de la resolución que negó el registro, según corresponda.	El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.	...
Artículo 126.- 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:	Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:	...
I.- Número de registro de la marca;	I.-
II.- Signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativa, innominada, tridimensional o mixta;	...	II.- El signo que constituye la marca;
III.- Productos o servicios a que se aplicará la marca;	III. a V.- ...	III. a V.- ...
IV.- Nombre y domicilio del titular;		
V.- Ubicación del establecimiento, en su caso;		
VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición, y	VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición; y	...
VII.- Su vigencia.	VII.- Vigencia.	...
Sin correlativo	Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.	...
Artículo 128.- La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada o con modificaciones que no alteren su carácter distintivo.	Artículo 128.- La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada.	Artículo 128.- ...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Sin correlativo	Sin correlativo	El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.
Sin correlativo	Sin correlativo	Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.
Sin correlativo	Sin correlativo	Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.
Artículo 131.- La ostentación de la leyenda "marca registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrá realizarse en el caso de los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.	Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.	...
Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia del registro. Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará.	Artículo 133.- ...	Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.
Sin correlativo	Sin correlativo	La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.
Sin correlativo	Sin correlativo	Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Sin correlativo	Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX.	Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.
Artículo 134.- La renovación del registro de una marca solo procederá si el interesado presenta el comprobante del pago de la tarifa correspondiente y manifiesta, por escrito y bajo protesta de decir verdad, usar la marca en por lo menos uno de los productos o servicios a los que se aplique y no haber interrumpido dicho uso por un plazo igual o mayor al contemplado en el artículo 130 de esta Ley, sin causa justificada.	Sin correlativo	Artículo 134.- (Se deroga).
Artículo 135.- Si una misma marca se encuentra registrada para proteger determinados productos o servicios, bastará que proceda la renovación en alguno de dichos registros para que su uso surta efectos y beneficie a todos los registros, previa presentación del comprobante de pago de las tarifas correspondiente	Sin correlativo	Artículo 135.- (Se deroga).
Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros de las marcas de un mismo titular, cuando dichas marcas sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.	Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros o solicitudes en trámite de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.	...
Artículo 146.- Cuando el titular de registros de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá	Artículo 146.- Cuando el titular de registros o solicitudes en trámite de dos o más marcas ligadas,	...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.	considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.	
Artículo 151.- El registro de una marca será nulo cuando:	Sin correlativo	Artículo 151.- ...
I.- Se haya otorgado en contravención de las disposiciones de esta Ley o la que hubiese estado vigente en la época de su registro.	Sin correlativo	I.- a III.- ...
No obstante lo dispuesto en esta fracción, la acción de nulidad no podrá fundarse en la impugnación de la representación legal del solicitante del registro de la marca;	Sin correlativo	
II.- La marca sea idéntica o semejante en grado de confusión, a otra que haya sido usada en el país o en el extranjero con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de la marca registrada y se aplique a los mismos o similares productos o servicios, siempre que, quien haga valer el mejor derecho por uso anterior, compruebe haber usado una marca ininterrumpidamente en el país o en el extranjero, antes de la fecha de presentación o, en su caso, de la fecha de primer uso declarado por el que la registró;	Sin correlativo	
III.- El registro se hubiera otorgado con base en datos falsos contenidos en su solicitud;	Sin correlativo	
IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido,	Sin correlativo	IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido,



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

COMISIÓN DE ECONOMÍA

por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares; y		por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;
V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro a su nombre de esta u otra similar en grado de confusión, sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera.	Sin correlativo	V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta , de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra semejante en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y
Sin correlativo	Sin correlativo	VI.- Se haya obtenido de mala fe.
Las acciones de nulidad que se deriven del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta, excepto las relativas a las fracciones I y V que podrán ejercitarse en cualquier tiempo y a la fracción II que podrá ejercitarse dentro del plazo de tres años.	...	Las acciones de nulidad previstas en las fracciones II, III y IV del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y VI podrán ejercitarse en cualquier tiempo.
Artículo 152.- El registro caducará en los siguientes casos:	Sin correlativo	Artículo 152.- ...
I.- Cuando no se renueve en los términos de esta Ley, y	Sin correlativo	...
II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto.	Sin correlativo	II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y
Sin correlativo	Sin correlativo	III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.
Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación	Sin correlativo	Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refiere la fracción I del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.</p>		<p>del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refieren las fracciones I y III del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.</p>
<p>Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente, en su caso. La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano; en el caso de la falta de pago de la tarifa, el Instituto requerirá al promovente, otorgándole un plazo de cinco días hábiles por única vez, para que subsane su emisión, y sólo en caso de que el particular no atienda el apercibimiento, desechará de plano la solicitud o promoción.</p>	<p>Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, en su caso, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>	<p>...</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.</p>	<p>...</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.</p>	<p>...</p>
<p>Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del</p>	<p>Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir</p>	<p>...</p>



COMISIÓN DE ECONOMÍA

<p>territorio nacional y deberá comunicar al Instituto cualquier cambio del mismo. En caso de que no se dé el aviso de cambio de domicilio, las notificaciones se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.</p>	<p>notificaciones dentro del territorio nacional.</p>	
<p>Sin correlativo</p>	<p>El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.</p>	<p>...</p>
<p>En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente ley, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas dentro de los mismos, así como todas aquellas dictadas en procedimientos seguidos en rebeldía, podrán ser notificadas a las partes por estrados en el instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el párrafo anterior.</p>	<p>En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, incluyendo aquellos seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el primer párrafo del presente artículo.</p>	<p>...</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.</p>	<p>El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.</p>
<p>Artículo 184.- En los plazos fijados por esta Ley en días, se computarán únicamente los</p>	<p>Artículo 184.- ...</p>	<p>...</p>



COMISIÓN DE ECONOMÍA

hábiles; tratándose de términos referidos a meses o años, el cómputo se hará de fecha a fecha, considerando incluso los días inhábiles.		
Los plazos empezarán a correr al día siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día siguiente de aquél en que se ponga en circulación.	Los plazos empezarán a correr al día hábil siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día hábil siguiente de aquél en que se ponga en circulación.	...
Artículo 213.- Son infracciones administrativas:	Sin correlativo	Artículo 213.- ...
I. a VI.- ...	Sin correlativo	I. a VI.- ...
VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV y XV del artículo 90 de esta Ley;	Sin correlativo	VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX del artículo 90 de esta Ley;
VIII. a XXXIII.- ...	Sin correlativo	VIII. a XXXIII.- ...
Sin correlativo	TRANSITORIOS	TRANSITORIOS
Sin correlativo	PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor a los treinta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.	PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.
Sin correlativo	SEGUNDO.- Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.	...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

III. CONSIDERACIONES

PRIMERA. - De conformidad con el numeral 3 del artículo 39 de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, esta Comisión es competente para conocer la Iniciativa mencionada en el exordio del presente dictamen.

SEGUNDA. - La Comisión que dictamina coincide con el objetivo que persigue la Iniciativa en análisis, de modificar el concepto de marca en la Ley de la Propiedad Industrial y ampliar la protección de las marcas colectivas, así como incluir las marcas de certificación, ya que ambas constituyen instrumentos que apoyan a pequeñas y medianas empresas, al permitirles potenciar su producto en el mercado y garantizan el origen geográfico, material, modo de fabricación u otras características comunes de bienes y servicios, de otros productores de productos similares.

TERCERA. - Esta Comisión legislativa considera que la Propiedad Industrial, constituye un instrumento para mejorar el acceso a la innovación, aumentar la producción nacional innovadora y disfrutar de los beneficios de los mercados nacionales e internacionales. Su adecuada protección fomenta el desarrollo de las actividades industriales y comerciales del país.

En los últimos años, la protección de los derechos de propiedad industrial en México, ha adquirido relevancia como herramienta para el desarrollo económico del país.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), es el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, encargado de administrar el sistema de Propiedad Industrial y su participación ha resultado fundamental para la protección y fomento de la creatividad e innovación, a fin de consolidar dicho crecimiento económico sustentable.

CUARTA. - Las marcas son el fruto de un emprendedor o de la pequeña, mediana y grande empresa que permiten distinguir sus productos y servicios de los de sus competidores en el mercado. Tienen como características la exclusividad, la territorialidad y la temporalidad.

La importancia del registro de signos distintivos obedece a que éstos constituyen un bien comercial y, en ocasiones, el activo más rentable de un negocio, asimismo, otorga a su titular el derecho al uso exclusivo para distinguir productos o servicios frente a sus competidores en todo el territorio mexicano y cuyo uso por parte de terceros está limitado al consentimiento del titular. El uso puede ser autorizado mediante el otorgamiento de licencias e, incluso, el titular puede ejercer acciones legales en contra de terceros que



COMISIÓN DE ECONOMÍA

utilicen su signo sin autorización siendo un medio para reprimir y evitar la competencia desleal en el mercado.

La obtención de un registro debe iniciarse a petición de la parte interesada y cumplir con una serie de formalidades establecidas en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento; presentando una solicitud ante las oficinas del Instituto o a través de medios de comunicación electrónica. Dicha solicitud debe presentarse por escrito, acompañada del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Iniciado el trámite de registro, el Instituto realiza un examen a fin de determinar si cumple con los requisitos para analizar si es registrable en términos de la Ley.

Si derivado del examen, el IMPI determina que procede el registro del signo propuesto, otorga el título, el cual tiene una vigencia de diez años en el territorio nacional contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, y puede renovarse por periodos de la misma duración.

El Instituto tiene un proceso eficiente y ejemplar a nivel internacional, ya que el tiempo promedio para conceder un registro oscila de 4 a 6 meses.

Para el consumidor las marcas identifican la calidad del producto o servicio y para el titular establecen el prestigio comercial.

QUINTA. - Con el propósito de otorgar seguridad jurídica y eficiencia, en 2013 entró en vigor el tratado internacional denominado Protocolo concerniente al *Arreglo de Madrid* relativo al Registro Internacional de Marcas, que facilita la presentación de la solicitud y la gestión posterior de registros marcarios en el extranjero, vía una solicitud internacional en la que se designan los Estados u organizaciones intergubernamentales donde se quiere solicitar la protección.

Esta herramienta simplifica la tramitación de solicitudes a los nacionales ya sean personas físicas, pequeñas, medianas o grandes empresas, que deseen entrar rápidamente al mercado global, pues sólo tienen que presentar una solicitud en idioma español, pagando una tasa con un solo tipo de moneda, con un formato estándar en lugar de presentar solicitudes independientes en las oficinas nacionales de propiedad industrial.

En aras de brindar un mejor servicio, el IMPI implementó la tramitación en línea de solicitudes de registro de marcas, avisos comerciales y publicación de nombres comerciales. Esta herramienta de acceso ágil, eficiente y seguro, permite al usuario desde cualquier lugar



COMISIÓN DE ECONOMÍA

vía Internet, la captura, pago, firma y envío de la solicitud. Si se presenta de forma correcta y es registrable en términos de Ley, se obtiene el registro de forma fácil y rápida.

Dicho medio de presentación tiene grandes beneficios como el ahorro de dinero, tiempo y disminución de errores en la presentación de la solicitud, lo que se traduce en seguridad jurídica para el usuario y disminución en el tiempo de respuesta.

Asimismo, en el contexto internacional, México es signatario de diversos tratados internacionales de Propiedad Intelectual, como el *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*, el *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual (ADPIC)*, así como de una amplia gama de tratados de libre comercio que establecen capítulos de Propiedad Industrial, por mencionar algunos con la Unión Europea, con Panamá y el *Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)*.

En todos ellos, se establecen compromisos en materia de Propiedad Industrial y, en específico, nuevos retos en temas marcarios.

Por lo anterior y en virtud de las necesidades específicas que demanda el comercio, es necesaria la modernización de la Ley de la Propiedad Industrial para continuar con el fortalecimiento en el otorgamiento y protección de estos derechos.

Algunos tipos de marcas han quedado rezagados por faltos de regulación, tal es el caso de las marcas de certificación, marcas olfativas y sonoras y, en otros casos, se requiere actualizar el procedimiento para su mejor utilización y protección, a efecto de brindar certeza jurídica en su otorgamiento y aprovechamiento.

SEXTA. – La Iniciativa que se dictamina pretende incluir nuevas figuras de protección, abriendo un abanico de oportunidades para todos los sectores productivos. Asimismo, busca generar los medios idóneos para prevenir y reprimir los actos de competencia desleal. Por todo esto, el proyecto pretende retomar y enriquecer figuras contenidas en otras legislaciones y en tratados internacionales de los que México es parte, para atender a las necesidades nacionales, muchas de ellas observadas en la práctica de la Propiedad Industrial.

Las modificaciones específicas a la Ley de la Propiedad Industrial contenidas en la Iniciativa en dictamen, son las siguientes:

- En el **Título Cuarto, De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales, Capítulo I De las Marcas**, se propone la reforma del **artículo 87**, a efecto de precisar que



COMISIÓN DE ECONOMÍA

cualquier persona física o moral, podrán hacer uso de marcas en la industria y en el comercio y no sólo los comerciantes o prestadores de servicios.

- Acorde con las mejores prácticas comerciales y con el objeto de ampliar los tipos de marcas se modifica la definición de ésta en el **artículo 88**, de manera que ya no se entenderá por marca todo signo visible, sino todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representación gráfica, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Con ello, se incluye en la Ley de la Propiedad Industrial las marcas sonoras y olfativas, así como la pluralidad de elementos operativos o de imagen, incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque o la decoración que, al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado.

A la fecha, en México el registro de las marcas está limitado exclusivamente a signos visibles, es decir aquellos que se manifiestan a través de palabras o imágenes. Sin embargo, en la sociedad moderna, el consumidor atiende cada vez más a detalles específicos respecto de las características de los productos o servicios que se encuentran en el mercado, al tomar decisión de compra.

Hoy en día, en virtud de los nuevos avances en relación con la comercialización de los productos, se llega al consumidor a través de medios sensoriales diferentes al de la vista, como el olfato y la audición. Por esta razón, surgen las marcas no tradicionales de naturaleza olfativa o auditiva que distinguen productos o servicios en el mercado. La percepción de estas marcas implica una aprehensión profunda de la realidad capturada por los sentidos, que va más allá de la simple captación de los objetos pues conduce a crear una imagen mental del objeto en cuestión y compararlo con otros objetos, sensaciones y percepciones.

Cabe señalar que actualmente, dichas marcas no tradicionales son susceptibles de registro y protección en múltiples legislaciones de diversos países, entre ellos los Estados Unidos de América, Japón, Reino Unido, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (*European Union Intellectual Property Office*, por sus siglas en inglés EUIPO), la Comunidad Andina, entre otros.

Por tal motivo se reforma y adiciona el **artículo 89** de la Ley, en el cual se describen los signos que pueden constituir una marca.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Con la reforma propuesta se abre la posibilidad de que en México se registren marcas no tradicionales, como las marcas sonoras, olfativas y la imagen de un negocio, también conocido como *trade dress*.

Lo anterior, no sólo cuenta con respaldo en legislaciones de otros países o tratados internacionales, como el *Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas*, sino en la realidad misma, ya que reconoce los avances y tendencias globales en materia de *marketing* y consumo.

Tradicionalmente, el *marketing* buscaba estimular a los consumidores a través de medios visuales; sin embargo, la competencia entre productos ha avanzado tanto que se ha dado paso al *marketing* sensorial, es decir, el consumidor se ve estimulado a través de un mayor número de sentidos ya no solo el visual sino también el olfativo, sonoro, táctil o con la combinación de todos ellos.

Ejemplo de ello son las tiendas especializadas que cuentan con una imagen u olor propio, por ejemplo, Starbucks®, Massimo Dutti®; sonidos tan reconocibles como el rugido de la Metro-Goldwyn-Mayer® o el timbre de los teléfonos Nokia®; la primera marca olfativa de la historia, fue el de un hilo de coser cuyo olor era como "una fragancia de alto impacto, fresca, floral, evocativa de capullos de plumería" otros casos famosos son las pelotas de tenis "con olor a hierba recién cortada".

Cabe señalar que el registro de estas marcas se sujetará a condiciones de registrabilidad, que impedirán que se protejan marcas que describan al producto mismo o que sean genéricas.

Esta Dictaminadora considera que la reforma no sólo estimulara la competencia, al permitir que los emprendedores desarrollen nuevas y creativas formas de posicionarse en el mercado, sino que atraerá nuevos productos a nuestro país, sobre todo a los que se encuentren bajo marcas innovadoras, al contar con seguridad jurídica para éstas.

Los consumidores contarán con mayores opciones al elegir un producto. No debe perderse de vista que las marcas no tradicionales tienen un notable impacto en el mercado, al transmitir una sensación de calidad o exclusividad. En este sentido, un consumidor tiene mayor inclinación a gastar más dinero en un lugar en donde se siente cómodo, estimulado por un olor, una música o un ambiente agradable, lo que reposiciona a muchas cadenas de prestadores de servicios, en relación a sus competidores.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

- La iniciativa en exégesis realiza una profunda revisión al **artículo 90**, el cual establece los impedimentos de registro de marca, de manera que su contenido sea acorde con los cambios propuestos al concepto de marca y los signos que pueden constituirla. Además, se mejora la redacción de sus supuestos con la finalidad de optimizar el estudio de una solicitud y evitar que se registren signos que no reúnan las características necesarias para obtener la protección.

Se reconoce la figura de la distintividad adquirida, conocida en la doctrina de otros países como *secondary meaning*. De acuerdo con Jesús López Cegarra¹, la distintividad adquirida constituye el nuevo significado que consigue un signo que carece de distintividad, pero que, mediante su utilización en promoción, publicidad o uso efectivo como marca, adquiere la capacidad para identificar y distinguir una fuente empresarial.

Por lo tanto, se trata de aquellas marcas o signos que no eran distintivas conforme a la Ley en materia de marcas, por ser descriptiva o genérica desde su origen, pero que, con la inversión de recursos por parte de los productores o prestadores de servicios, ha adquirido dicha distintividad, de manera que los consumidores las identifican plenamente y la asocian con su titular.

Asimismo, se reconoce la coexistencia de marcas en el comercio con el objeto de que los particulares, bajo las disposiciones que establezca el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, puedan obtener el registro.

- En cuanto al **Capítulo II De las Marcas Colectivas**, se propone reformar su denominación a efecto de incluir a las marcas de certificación; además, se fortalecen las disposiciones relativas a las reglas de uso.

Actualmente las marcas colectivas no cuentan con una regulación sólida que permita que su uso en el comercio genere realmente condiciones para ser un medio que favorezca la competitividad. Mientras que las marcas de certificación no cuentan con protección en México.

La Iniciativa en dictamen pretende ampliar la protección de las marcas colectivas e incluir las marcas de certificación. Con ello los sectores industrial, agrícola y

¹ López Cegarra, Jesús. Marcas: La Distintividad Adquirida en el Derecho Comunitario Andino. En Revista propiedad intelectual. Visible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1890/189018586004.pdf> Fecha de consulta: 29 de enero 2018.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

comercial, contarán con mayores herramientas de propiedad industrial para su desarrollo productivo correspondiente, convirtiéndose en derechos comerciales competitivos generadores de empleos, a través de su consolidación y permanencia en el mercado.

Es importante señalar que el antecedente inmediato de la protección de las marcas colectivas y de certificación, conocidas también como marcas de garantía en la doctrina, se dio durante la época renacentista, a través de las marcas corporativas que servían casi exclusivamente, para garantizar que el producto marcado había sido confeccionado según las reglas de la corporación y que había sido objeto de un cierto control o que provenía de determinada villa o región.

La primera referencia internacional de este tipo de derecho colectivo, se encuentra en el artículo 7 BIS del *Convenio de París*, que obliga a proteger las marcas colectivas y permite que las condiciones particulares de su protección sean definidas por los Estados parte.

Las marcas de certificación también cuentan con referentes internacionales, como el *Arreglo de Madrid* y el Protocolo concerniente al *Arreglo de Madrid* relativo al Registro Internacional de Marcas, así como en el artículo 1708 del *Tratado de Libre Comercio con América del Norte*, en cuyo texto se menciona que las partes podrían incluir en la definición de marcas a las marcas de certificación.

En este contexto, cabe precisar que México es uno de los pocos países integrantes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual que no regula de manera precisa lo relativo a las marcas colectivas y no protege a las marcas de certificación, lo que pone en desventaja competitiva en el mercado global, a los titulares de derechos en relación con sus competidores.

Este tipo de marcas buscan eliminar desventajas de emprendedores, pequeñas, medianas o grandes empresas en el mercado; ayudan a comercializar, fomentan la cooperación entre los productores y permiten que al agruparse se distinga de forma eficaz el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios que cada miembro comparte con los demás.

Muchos países exigen las reglas de uso para todos los miembros de las asociaciones titulares de las marcas colectivas e, incluso, hay sistemas donde este tipo de marcas desempeñan funciones de las marcas de certificación, por lo que, con la inclusión de esta figura, se eliminan asimetrías entre los sistemas normativos.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Por otra parte, la marca de certificación sirve para garantizar algún rasgo particular de los productos o servicios a los que se aplica, como naturaleza, calidad, el origen geográfico, la forma en la que se fabrica, el cumplimiento de ciertas normas de seguridad, el grupo que lo hizo, etc.

El concepto de marca de certificación también parte de la definición de "marca", en tanto que su objetivo es distinguir servicios y productos, pero permite a las empresas o personas usar una marca más, además de su marca individual, a fin de garantizar al público consumidor que los productos o servicios de las marcas ya certificadas presentan características especiales.

Cabe señalar que el titular de la marca de certificación, también conocido como certificador, no puede poner en el comercio bienes y servicios, pues sólo se dedica a certificar los productos de terceros, es decir, a dar una garantía sobre las características del producto, por ejemplo: que los materiales usados son orgánicos o que provienen del comercio justo.

Por ejemplo: los distintivos "COTTON", "COMERCIO JUSTO", "USDA ORGANIC", "ISSO 9000" o "KÓSHER", le otorgan a los productos o servicios que lo usan un valor agregado indiscutible.

El que un producto cuente con ellos implica que está avalado por una entidad que ha verificado la calidad de la materia prima y que ha revisado sus instalaciones, equipos o procesos, y que cumplen plenamente con dichos estándares de calidad, autorizándoles el uso de dicho distintivo.





COMISIÓN DE ECONOMÍA

EL CASO KÓSHER

México es el 4to mercado a nivel mundial, por debajo de Israel, Estados Unidos y Francia para dichos productos, de acuerdo con el Jewish People Policy Institute.

Un producto avalado con dicho sello se vende 20% más que otro similar, el sello proporciona seguridad y confianza a un mercado muy específico, a saber: judíos, hindúes, musulmanes, vegetarianos o personas con restricciones dietéticas.

Sin embargo, el 80% de ventas en productos kosher se encuentra fuera del perfil religioso. Muchas pequeñas y medianas empresas con productos artesanales hacen uso de dicho distintivo.



Si bien no existe en nuestro país una normatividad específica sobre las marcas de certificación, existen algunos ejemplos de marcas registradas que se usan de dicha forma; sin embargo, es necesario dotarlas de un mejor marco jurídico, para que los usuarios que se certifican cuenten con certeza jurídica en relación el titular que certifica los productos, tal y como se señala en la Iniciativa.

Ejemplos de marcas registradas por la Administración Pública que sirven como marcas de certificación.

TIF INSPECCIONADO Y APROBADO SAGARPA Y DISEÑO.



LOGOTIPO
SELLO TIF

El Sello TIF (Tipo Inspección Federal) es un reconocimiento que otorga dicha Dependencia mediante un procedimiento de inspección y supervisión de los rastros y establecimientos industriales, dedicados a producir, almacenar, sacrificar, procesar y distribuir todo tipo de carnes y sus derivados.

RECONOCIMIENTO MUNDIAL AL SELLO TIF

Es vital para nuestro país el reconocimiento internacional ya que somos productores de más 2 millones de toneladas de carne de ave, casi 2 millones toneladas de carne de bovino y más de 1 millón de carne de puerco, así como de considerables producciones en carne de ovino, caprino y guajolote.

Durante 2015 se destinaron 17 millones de pesos para promoción del Sello TIF a través de mil 500 tiendas de autoservicio en toda la República Mexicana.

La certificación TIF tiene como objetivo aumentar los estándares de calidad de todos los tipos de carne, así como promover la reducción de riesgos de contaminación de sus productos, a través de la aplicación de sistemas de inspección.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

HECHO EN MÉXICO Y DISEÑO



Acuerdo mediante el cual se establecen los requisitos para otorgar el uso, licencia y sublicencia de la marca Hecho en México, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 24 de febrero de 2017.

Establece los mecanismos que regulan el uso, licencia y sublicencia de la marca "HECHO EN MÉXICO" y diseño, a fin de que los consumidores nacionales y extranjeros puedan identificar los productos con valor agregado en la República Mexicana.

Esta certificación beneficia a la industria cárnica, pues permite la movilización del producto dentro del país más fácilmente. Además, abre la posibilidad del comercio internacional, ya que los establecimientos TIF son los únicos elegibles para exportar.

Es el distintivo oficial que identifica los productos hechos en México y que les permite ser reconocidos por los consumidores de nuestro país y del mundo.

La marca Hecho en México es sinónimo de calidad respaldada por el talento, creatividad e innovación de los productores que en nuestro país trabajan para ofrecer bienes y servicios competitivos.

La Secretaría de Economía autoriza su uso, siempre y cuando los interesados acrediten, ante los Organismos de Certificación, que el bien es:

- obtenido en su totalidad o producido enteramente en México,
- producido exclusivamente a partir de materiales que califican como originarios, o
- elaborado con bienes no originarios, pero que resulta de un proceso de producción en México, o que el valor de transacción de los materiales no originarios no exceda de los porcentajes establecido para cada sector.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Por todo lo anterior, se reforman los **artículos 96 y 97** relativos a la marca colectiva y se adicionan los **artículos 97 BIS y 97 BIS 1**, aclarándose que las marcas colectivas se tratan de marcas cuyos productos poseen calidad o características comunes.

Se incluyen los elementos que deben contener las reglas de uso, pues esto ayuda tanto a la organización de los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva, como a los usuarios al delimitar la garantía que se ofrecerá en los productos o servicios con la marca colectiva.

- Para efectos de la marca de certificación se reforma el **artículo 98**, en donde se incluye su definición y se adicionan los **artículos 98 BIS 1, 98 BIS 2, 98 BIS 3 y 98 BIS 4**, a efecto de establecer su regulación específica consistente en la prohibición del uso por su titular, el cual únicamente podrá autorizar éste a toda persona cuyo producto o servicio cumpla las condiciones determinadas en las Reglas de Uso, las cuales fijarán las características garantizadas por la marca y la manera como se ejercerá el control de la certificación.

Finalmente, se incluye la opción de que las indicaciones geográficas puedan protegerse como marcas de certificación, sin que estas pierdan su naturaleza. Con ello, se crea un sistema de protección equilibrado entre las marcas, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.

- En el **Capítulo V, Del Registro de Marcas**, la Iniciativa en dictamen propone la reforma a varios artículos tales como el **artículo 113, fracciones I, II y IV**, relativo a los requisitos de la solicitud de registro, en donde se elimina el requisito de señalar la nacionalidad, ya que se trata de un dato que se proporciona en las solicitudes con fines estadísticos, en la fracción II, se clarifica que se debe presentar la representación del signo que constituya la marca, acorde con las modificaciones relativas a marcas no tradicionales y en su **fracción IV**, se establece que se deberá señalar específicamente los productos o servicios a los que se aplicará la marca.
- Se deroga el **artículo 115** relativo a las denominadas leyendas no reservables, es decir, sobre aquellos signos que aun cuando se acompañen en la solicitud no se está requiriendo protección, al tratarse de aspectos generales que conforman únicamente al ejemplar de un signo, más no le proporcionan distintividad. Con el propósito de hacer más eficiente el trámite de registro de un signo distintivo e incorporar tendencias mundiales en la materia.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Cabe señalar que, si bien recientemente se introdujo el sistema de oposición al sistema marcario mexicano, la práctica diaria obliga a fortalecerlo para brindar mayor certeza jurídica a los usuarios del sistema marcario mexicano, siendo ésta la oportunidad para llevarlo a cabo.

Esta mejora al sistema de oposición, permitirá al IMPI afianzar el trámite, dotando de mayores instrumentos a los solicitantes y a los oponentes, para que obtengan el máximo beneficio en la defensa de sus derechos de propiedad industrial.

- Se adiciona un último párrafo en el **artículo 133**, para incluir aquellos casos en los que una marca se encuentra en el plazo de gracia de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia del registro, a efecto de establecer que éstas pueden constituir un impedimento para otras solicitudes que se encuentren en trámite de registro o publicación, ya que se trata de registros o publicaciones que pueden ser objeto de renovación de su vigencia.
- En el mismo **Título Cuarto, Capítulo VI De las Licencias y la Transmisión de Derechos**, la Iniciativa en dictamen propone la reforma a los **artículos 145 y 146**, a efecto de incluir a las solicitudes en trámite dentro de las ligas que se crean al momento de la transmisión de marcas.
- En el **Título Sexto De los Procedimientos Administrativos, Capítulo I Reglas Generales de los Procedimientos**, se propone la modificación del **artículo 180**, a fin de clarificar los supuestos que prevé.
- Se modifica el **artículo 183**, a fin de privilegiar a la Gaceta de la Propiedad Industrial como medio de notificación y con ello hacer más expeditos los trámites ante el IMPI.
- La iniciativa en análisis plantea modificar el último párrafo del **artículo 184**, relativo a la forma en que se efectúa el cómputo de los plazos, aclarándose expresamente que se trata de días hábiles a partir de cuándo empezarán a correr éstos.
- Finalmente, respecto del **régimen transitorio**, la iniciativa en exégesis plantea que el Decreto entre en vigor a los treinta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación, a efecto de darle la difusión necesaria a las modificaciones y los solicitantes se familiaricen con las reformas.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Adicionalmente, las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado a éstas, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto serán resueltas conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

SEPTIMA. – Esta Dictaminadora recibió los días 16 y 22 de febrero de 2018, propuestas y comentarios a la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial por parte de la Asociación Nacional de Abogados de Empresa, la Asociación Mexicana para la Protección de la Propiedad Intelectual, la Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual, la Confederación de Cámaras Industriales, la Barra Mexicana, Colegio de Abogados y de los Diputados Lorena Corona Valdés y Miguel Ángel Salim Alle, ambos Secretarios de esta Comisión. Como consecuencia de dichas observaciones, se realizaron las siguientes modificaciones a la Iniciativa original:

- Se mejora la redacción del artículo 88 a efecto de dar mayor claridad a la propuesta, esto considerando que los dueños de las marcas podrán proteger bienes intangibles que antes era imposible proteger y explotar y evitar el uso sin su autorización, México se pone a la vanguardia a nivel internacional, y por lo anterior, se modifica el artículo 89, a fin de ser acorde a la definición de marca (artículo 88).
- En este sentido, se modifica el artículo 89, fracción I, a fin de ser acorde a la protección de nuevos tipos de marca (artículo 88) y el artículo 89, fracción VII, se modifica esclarecer la protección de la imagen comercial.
- En la fracción I del artículo 90, se modifica la propuesta a fin de ser acorde a la modificación de protección nuevos tipos de marca.
- Se modifica la propuesta de redacción del artículo 90, fracción II, a efecto de recorrer en principio la numeración, y con la finalidad de precisar redacción en su parte final se modifica el lenguaje.
- Se mejora la propuesta de modificación del artículo 90, fracción III, a efecto de recorrer la numeración y se establece una nueva causal para negar la protección a hologramas que no sean capaces de distinguir un producto o servicio de otros.
- Se modifica la propuesta de cambio del artículo 90, fracción IV, con la finalidad de precisar redacción y evitar interpretaciones que puedan generar confusión.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

- Se modifica la propuesta del artículo 90, fracción VII, con la finalidad de precisar su redacción e incluir la prohibición a registrar como marcas los nombres de acuerdos internacionales, ya que su uso no puede obtener la exclusividad que otorga una marca.
- Se modifica la propuesta de cambio de la fracción XI del artículo 90, a fin de ser acorde al Título Quinto de la Ley de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas.
- Se modifica la propuesta de cambio de la fracción XII del artículo 90, lo anterior a efecto de brindar seguridad jurídica, pues su anterior redacción generó interpretaciones equivocadas por que contemplaban dos supuestos normativos distintos, la modificación evita interpretaciones al referir a un solo supuesto normativo.
- Se modifica el cambio fracción XIII del artículo 90, para lo cual se incluyen como prohibiciones para registrar marcas: los apelativos, la imagen y la voz identificables de una persona con reconocimiento, fama o prestigio en el público consumidor, por parte de personas que no cuenten con la autorización del titular del derecho. Con esto se evita que terceros sin contar con la autorización correspondiente adquieran registros de marca que no les corresponden, además de evitar el engaño al consumidor.
- Se modifica la propuesta de cambio de la fracción XIV del artículo 90, para precisar la redacción a fin de evitar que terceros sin autorización del titular de derecho registren marcas, que sean iguales o parecidas a obras (títulos de obras, las obras en sí mismas o partes de estas, personajes ficticios) que por su relevancia o reconocimiento puedan engañar al consumidor por creer que existe alguna relación o asociación con dichas obras.
- En la fracción XVI del artículo 90, se especifica que la semejanza debe ser en grado de confusión, con la intención de homologar este término con la redacción que encontramos en la Ley. Además de remitir al capítulo específico de marcas notoriamente conocidas y famosas con el fin de robustecer los conceptos y la comprensión de este impedimento.
- En la fracción XVII del artículo 90, se remite al capítulo específico de marcas notoriamente conocidas y famosas con el fin de robustecer los conceptos y la comprensión de este impedimento.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

- La adición de un último párrafo en la fracción XVIII del artículo 90, se hace con la finalidad de incluir un concepto utilizado en el sistema de propiedad industrial, conocido como duplicidad de marcas. Con éste se evita que los titulares obtengan la exclusividad del mismo signo, protegiendo los mismos productos o servicios en más de una ocasión en la misma temporalidad, es decir, dos registros idénticos coexistiendo al mismo tiempo.
- En la fracción XIX del artículo 90, únicamente se realiza un ajuste mínimo en la redacción, con la finalidad de brindar claridad.
- En la fracción XXI del artículo 90, se fortalece la redacción con la intención de ofrecer una doble protección, en primer lugar, para las variedades vegetales, así como a las razas de animales, en segundo lugar, al público consumidor al evitar crear confusión respecto de los productos o servicios.
- Se incluye como impedimento de registro a las marcas solicitadas de mala fe en la fracción XXII del artículo 90, con lo que se hace posible impedir todas aquellas conductas deshonestas que finalmente devienen en prácticas de competencia desleal. Este concepto ayudará a resolver prácticas desleales tales como el secuestro de marcas, el registro de marcas por aquellas personas que legítimamente no tendrían derecho a ello y esto, pondría nuestra legislación a la vanguardia, tal y como lo han hecho ya varios países como Austria, Dinamarca, España, Bélgica, entre otros, asimismo existen sentencias en las cuales los Tribunales Federales han establecido que no existe una causal para impedir el registro de una marca solicitada de mala fe.
- Se modifica la propuesta de redacción de la fracción II de los artículos 97 Bis y 98 Bis 2, con la finalidad de poder incluir a los casos de marcas no tradicionales.
- Se cambia la propuesta de redacción de la fracción III del artículo 97 Bis 1, para incluir a los procesos, pues en muchas ocasiones, un proceso es lo que hace especial y singular al producto o servicio.
- Se modifica la redacción de la propuesta de la fracción III del artículo 98 Bis 2, con el objeto de mejorar la lectura.
- A efecto de dar claridad en la propuesta, se renumeran las disposiciones del Capítulo II BIS, pasando su numeración a partir del artículo 98 BIS vigente a 98 TER. Lo anterior



COMISIÓN DE ECONOMÍA

permite distinguir las disposiciones aplicables a las marcas notoriamente conocidas y famosas, de las que la presente reforma incorpora para las marcas de certificación.

- En este orden de ideas, en el artículo 98 TER 1 se elimina como requisito para obtener la declaratoria de una marca notoria o famosa el hecho relativo a que la marca se encuentre registrada en México con la finalidad de estar acorde con tratados internacionales como el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial establece, en su artículo 6 BIS y con ello se también se actualizan los supuestos de las fracciones del artículo 98 TER 2 y se corrige su redacción.
- En atención a la nueva numeración, en el artículo 98 TER 7, se modifica la redacción del texto vigente de la Ley con la finalidad de dar certeza jurídica en el procedimiento de declaratoria de una marca notoria o famosa.
- La anterior situación también sucede con el contenido de la fracción 98 TER 8, en razón de que se elimina el supuesto relativo a las pruebas falsas en el procedimiento de nulidad, ya que el Instituto no está facultado para resolver sobre esta hipótesis. Así mismo, se elimina lo relativo a la valoración incorrecta de las pruebas, ya que tal calificación de las pruebas solamente puede ser hecha por los tribunales competentes.
- Se modifica la propuesta de redacción de la fracción III del artículo 113, esto con la finalidad de dar certidumbre jurídica a los interesados en el trámite de registro de signos distintivos, toda vez que retirar la fecha de primer uso, como se planteaba en la propuesta, no daba certeza jurídica, toda vez que la misma podía ser modificada.
- Asimismo, al modificarse la redacción de la última parte el uso del verbo entenderá, se establece la obligación de ejecutar una acción, es decir, el declarar una fecha cierta o no hacerlo, con las consecuencias legales de no admitir prueba en contrario.
- Se modifica el plazo de dos meses para oponerse a una solicitud de marca de la propuesta, toda vez que el plazo actual que contempla la Ley de un mes, resulta en un elemento que permite continuar con la celeridad que caracteriza al trámite de registro de una marca en México, situación que encuentra correlación con la modificación hecha a la propuesta de reforma del artículo 120 Bis, ya que al ser la Gaceta de la Propiedad Industrial el medio de notificación de las oposiciones presentadas al titular de la marca, se reitera la prontitud del procedimiento de registro.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

- Corolario a lo anterior, se modificó el artículo 120 Bis 2, para reducir el plazo de alegatos a dos días, a efecto de darle celeridad al procedimiento.
- La eliminación del artículo 120 Bis 4 de la propuesta original, obedece a que considerando que el resultado de la oposición en el trámite de registro impedía el ejercicio de los derechos en las declaraciones administrativas de nulidad, cuando éstos son momentos totalmente diferentes en la vida jurídica de un derecho, razón por la cual podrían existir pruebas o hechos supervenientes que en caso de perder la oportunidad de hacer valer tales derechos en un procedimiento administrativo, podría ser en detrimento de los legítimos titulares.
- Se modifica la propuesta de reforma del artículo 124, toda vez que resulta fundamental añadir lo relativo a las denominaciones de origen establecido en el artículo 178 de la Ley. Anteriormente no estaba contemplado, pero a raíz de las reformas a la Ley en materia de denominaciones de origen e indicaciones geográficas es congruente su inclusión.
- Se modifica el artículo 126, fracción II, a efecto de armonizar el lenguaje utilizado en la presente reforma.
- Asimismo, se elimina la propuesta de modificación del artículo 128, toda vez que la posibilidad de usar marcas con modificaciones que no alteren su carácter distintivo, atiende al hecho que hay marcas que se han quedado registradas desde hace muchísimos años y están vigentes, las cuales son usadas sin cambiar la esencia de su carácter distintivo y de negarse esta posibilidad, una multitud de registros estarían en la posibilidad de caducar por falta de un uso legal, lo cual no es bueno para nuestro sistema de propiedad industrial.
- La adición del segundo párrafo que se propone a este artículo, es la comprobación de uso de las marcas, a través de una declaración y la consecuencia de no hacerlo llevaría a la caducidad de la marca de pleno derecho. Es importante destacar que una obligación del titular de registro marcario es usar la marca y la consecuencia de no usarla es la caducidad. En el caso de este artículo la caducidad se funda en el no cumplir ante el Instituto una obligación al no declarar el uso real y efectivo de la marca.
- Atendiendo a lo anterior, la modificación del artículo 133, obedece a que en el artículo 128 se introduce la obligación de declarar el uso real y efectivo de la marca al momento de realizar la renovación de la misma. Una marca no debe ser renovada



COMISIÓN DE ECONOMÍA

si no es usada, ya que lo único que se pretende con ello es bloquear el sistema de propiedad industrial, bloquear a posibles competidores, o abusar de un derecho. Es por esta razón que se introduce este concepto de comprobar el uso mediante declaración al momento de renovar el registro de que se trate.

- En consecuencia de lo anterior, se propone derogar los artículos 134 y 135, esto con la finalidad de llevar a cabo una reforma acorde a lo narrado en los dos párrafos anteriores, así como la modificación del artículo 152 que establece los casos en los que un registro de marca caducará, y por ende, lo establecido en el artículo 155.
- Por otra parte, y de acuerdo a las propuestas recibidas se propone modificar la redacción del artículo 151 de la Ley, toda vez que con esto se robustece la hipótesis normativa al incluir varios conceptos para encuadrar la conducta deshonesta que amerita como consecuencia legal nulificar el registro.
- En el texto propuesto de la fracción V, al agregar el supuesto de incluir cualquier persona se debe a que esta conducta puede ser realizada por cualquiera, no solamente los agentes o representantes. La relación directa o indirecta se incluye, ya que puede o no existir una relación contractual, comercial o de mero acercamiento como posible cliente, lo que no obsta para realizar la práctica desleal contenida en el artículo 151.
- Por lo que respecta a la fracción VI, en cuanto a la marca obtenida de mala fe, se incluye a efecto de estar acorde a la propuesta de inclusión del artículo 90, fracción XXII.
- En el último párrafo se aumentan los plazos para promover declaraciones administrativas, lo que brinda mayor certeza jurídica, ya que en muchos casos el legítimo titular se entera de que su marca ha sido registrada de manera ilegítima, pero ha precluído su derecho de accionar por el mero paso del tiempo.
- Finalmente, se efectúa un ajuste a la fracción VII del artículo 213, derivado de la reforma al artículo 90, a efecto de dar congruencia al texto de la Ley.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, los integrantes de la Comisión Economía de la Cámara de Diputados de la LXIII Legislatura del Honorable Congreso de la Unión hacen suyas las consideraciones del Diputado promovente y se permiten someter a la consideración de esta Honorable Asamblea, la aprobación del siguiente proyecto de:



COMISIÓN DE ECONOMÍA

DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

ARTÍCULO ÚNICO.- Se **reformen** el artículo 58, segundo párrafo; el artículo 87; el artículo 88; el artículo 89, fracciones I, III y IV; el artículo 90, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI y XVII; la denominación del Capítulo II del Título Cuarto; el artículo 96; el artículo 97; el artículo 98; el artículo 98 BIS; el artículo 98 BIS-1; el artículo 98 BIS-2; el artículo 98 BIS-3, el artículo 98 BIS-4; el artículo 113, fracciones I, II, III y IV; el artículo 120; el artículo 122 BIS, segundo párrafo; el artículo 124; el artículo 125, tercer párrafo; el artículo 126, primer párrafo, fracciones II, VI y VII; el artículo 131; el artículo 133, primer párrafo; el artículo 145; el artículo 146; el artículo 151, fracciones IV y V, y último párrafo; el artículo 152, fracción II; el artículo 155; el artículo 180; el artículo 183; el artículo 184, segundo párrafo; y el artículo 213, fracción VII. Se **adicionan** el artículo 89, con las fracciones V, VI, VII y VIII; el artículo 90, con un párrafo a la fracción XIII, con dos párrafos a la fracción XIV, con los incisos a), b), c), d) y un párrafo a la fracción XVI y con las fracciones XVIII, XIX, XX, XXI, XXII y con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 97 BIS; el artículo 97 BIS-1; el artículo 98 TER; el artículo 98 TER-1; el artículo 98 TER-2; el artículo 98 TER-3; el artículo 98 TER-4; el artículo 98 TER-5; el artículo 98 TER-6; el artículo 98 TER-7; el artículo 98 TER-8; el artículo 98 TER-9; el artículo 120 BIS; el artículo 120 BIS-1; el artículo 120 BIS-2; el artículo 120 BIS-3; el artículo 124, con un segundo párrafo; el artículo 126, con un segundo párrafo; el artículo 128, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 133, con segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 151, con una fracción VI; el artículo 152, con una fracción III; el artículo 180, con un segundo y tercer párrafos; el artículo 183, con un segundo y cuarto párrafos, pasando el actual segundo a ser tercer párrafo. Y se **derogan** el artículo 90, fracción XV-BIS; el artículo 98 BIS-5; el artículo 98 BIS-6; el artículo 98 BIS-7; el artículo 98 BIS-8; el artículo 98 BIS-9; el artículo 115; el artículo 120, tercer, cuarto, quinto y sexto párrafos; el artículo 134; y el artículo 135 de la Ley de la Propiedad Industrial para quedar como sigue:

Artículo 58.- ...

El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día **hábil** siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.

...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89.- ...

I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;

II.- ...

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente;

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;

V.- Los sonidos;

VI.- Los olores;

VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado; y

VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.

Artículo 90.- ...

I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;



COMISIÓN DE ECONOMÍA

II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de **distintividad**; así como, la forma usual y corriente de los productos o servicios, o; la impuesta por su naturaleza o **funcionalidad**;

III.- **Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad**;

IV.- **Los signos** que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que **pretenden distinguir**. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;

V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de **otros signos** que les den un carácter distintivo;

VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, **así como la transliteración de signos no registrables**;

VII.- **Los signos** que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, **estado**, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier **otro signo de instrumentos internacionales**, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;

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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX.- **Los signos** que reproduzcan o imiten los nombres, **signos** o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X.- ...

XI.- Las denominaciones **de origen**, **indicaciones geográficas**, **denominaciones o signos de lugares**, que se caractericen por la **fabricación o producción** de ciertos productos o la **prestación de ciertos servicios**; **así como aquellos que se acompañen de expresiones tales**



COMISIÓN DE ECONOMÍA

como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;

XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;

XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el derecho correspondiente.

Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente.

XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.

Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.

Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;

XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;

XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II



COMISIÓN DE ECONOMÍA

BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:

- a) **Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;**
- b) **Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;**
- c) **Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o**
- d) **Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.**

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;

XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;

XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;



COMISIÓN DE ECONOMÍA

XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios;

XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y

XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.

No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiéndose que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.

Capítulo II

De las Marcas Colectivas y de Certificación

Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.

Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:

- I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;
- II.- La representación de la marca;
- III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;
- IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;
- V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasado;
- VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;
- VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;
- VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
- IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y
- X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 97 BIS-1.- La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.

Las marcas colectivas se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas por su titular, tales como:



COMISIÓN DE ECONOMÍA

I.- Los componentes de los productos;

II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;

III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y

IV.- El origen geográfico de los productos.

Artículo 98 BIS.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.

Artículo 98 BIS-1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.

Quando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:

I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;

II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;

III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y

IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Artículo 98 BIS-2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:

- I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;
- II.- La representación de la marca;
- III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;
- IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;
- V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;
- VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
- VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;
- VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;
- IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional, y
- X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.

En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 98 BIS-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Las marcas de certificación se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98 BIS-4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término “Marca de Certificación Registrada”.

En caso de las marcas de certificación que protejan Indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III De la Autorización para su Uso.

CÁPITULO II BIS

De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas

Artículo 98 TER. Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.

Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.

A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley.

Artículo 98 TER-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.

Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

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

- I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.**
- II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.**
- III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.**
- IV. La fecha de primer uso de la marca en México y en su caso en el extranjero.**
- V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y en su caso en el extranjero.**
- VI. Los canales de comercialización en México y en su caso en el extranjero.**
- VII. Los medios de difusión de la marca en México y en su caso en el extranjero.**
- VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y en su caso en el extranjero.**
- IX. La inversión realizada durante los 3 últimos años en publicidad o promoción de la marca en México y en su caso en el extranjero.**
- X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.**
- XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos 3 años.**
- XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.**
- XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.**



COMISIÓN DE ECONOMÍA

XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.

Artículo 98 TER-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.

La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.

Artículo 98 TER-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:

- I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y**
- II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.**

Artículo 98 TER-5. Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.

Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.

Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.

Artículo 98 TER-6. Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.

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

Artículo 98 TER-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:

- I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y**
- II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.**

Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.

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

Artículo 113.- ...

- I.- Nombre y domicilio del solicitante;**
- II.- La representación del signo que constituya la marca;**
- III.- La fecha de primer uso de la marca en México, o en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se entenderá que no se ha usado la marca;**
- IV.- Los productos o servicios específicos a los que se aplicará la marca, y**
- V.- ...**

Artículo 115.- (Derogado).

Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

La oposición deberá presentarse por escrito, **acompañarse de las pruebas respectivas**, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.

Artículo 120 BIS-1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.

Artículo 120 BIS-2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.

Artículo 120 BIS-3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.

Artículo 122 BIS.- ...

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

...

Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.

Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio



COMISIÓN DE ECONOMÍA

de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.

Artículo 125.- ...

...

El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.

Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:

I.- ...

II.- El signo que constituye la marca;

III.- a V.- ...

VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición; y

VII.- Vigencia.

Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128.- ...

El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.

Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.

Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.

Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.

La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.

Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.

Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.

Artículo 134.- (Se deroga).

Artículo 135.- (Se deroga).

Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros o solicitudes en trámite de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.

Artículo 146.- Cuando el titular de registros o solicitudes en trámite de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.

Artículo 151.- ...

I.- a III.- ...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;

V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, **o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta**, de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra **semejante** en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, **y**

VI.- Se haya obtenido de mala fe.

Las acciones de nulidad **previstas en las fracciones II, III y IV** del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y VI podrán ejercitarse en cualquier tiempo.

Artículo 152.- ...

I.- ...

II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, **y**

III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.

Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se **refieren las fracciones I y III** del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.

Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante **y, en su caso**, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.



COMISIÓN DE ECONOMÍA

Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.

Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.

El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.

En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, incluyendo aquellos seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el párrafo primer párrafo el presente artículo.

El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.

Artículo 184.- ...

Los plazos empezarán a correr al día hábil siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día hábil siguiente de aquél en que se ponga en circulación.

Artículo 213.- ...

I.- a VI.- ...

VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX del artículo 90 de esta Ley;

VIII.- a XXXIII .- ...



COMISIÓN DE ECONOMÍA

TRANSITORIOS

PRIMERO. - El presente Decreto entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO. - Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

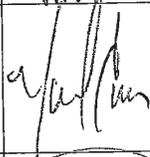
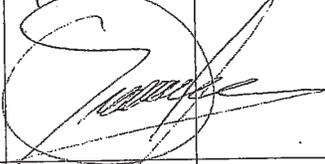
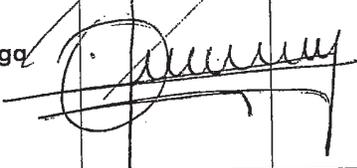
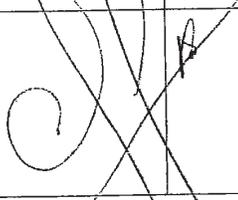
Dado en la Sala de la Comisión de Economía de la H. Cámara de Diputados, a los 28 del mes de febrero de 2018.



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión de Economía

Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

	NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
1.	 Jorge Enrique Dávila Flores PRI Presidente			
2.	 Antonio Tarek Abdala Saad PRI Secretario			
3.	 Tristán Manuel Canales Najjar PRI Secretario			
4.	 Juan Manuel Cavazos Balderas PRI Secretario			
5.	 Juan Antonio Ixtláhuac Orihuela PRI Secretario			
6.	 Esdras Romero Vega PRI Secretario			
7.	 Juan Alberto Blanco Zaldívar PAN Secretario			
8.	 Miguel Ángel Salim Alle PAN Secretario			



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión de Economía

Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

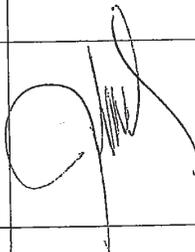
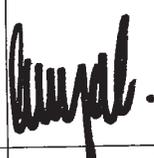
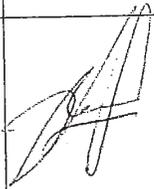
	NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
9.	 Lluvia Flores Sonduk PRD Secretaria			
10.	 Armando Soto Espino PRD Secretario			
11.	 Jesús Serrano Lora MORENA Secretario			
12.	 Lorena Corona Valdés PVEM Secretaria			
13.	 Luis Ernesto Munguía González MC Secretario			
14.	 Lorena del Carmen Alfaro García PAN Integrante			
15.	 Elizabeth Hernández Calderón PRI Integrante			



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión de Economía

Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

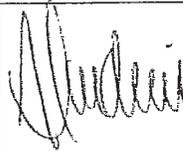
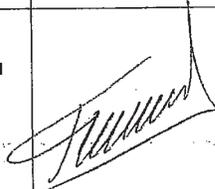
	NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
16.	 Luis Fernando Antero Valle PAN Integrante			
17.	 Alma Lucía Arzaluz Alonso PVEM Integrante			
18.	 Carmen Victoria Campa Almaral NA Integrante			
19.	 Sharon María Teresa Cuenca Ayala PVEM Integrante			
20.	 Gerardo Gabriel Cuanalo Santos PAN Integrante			
21.	 García Portilla Ricardo David PRI Integrante			
22.	 Miguel Ángel González Salum PRI Integrante			



CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión de Economía

Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

	NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
23.	 <p>Alfredo Miguel Herrera Deras PAN Integrante</p>			
24.	 <p>Carlos Iriarte Mercado PRI Integrante</p>			
25.	 <p>Alejandro Juraidini Villaseñor Integrante</p>			
26.	 <p>Vidal Llerenas Morales MORENA Integrante</p>			
27.	 <p>Rene Mandujano Tinajero PAN Integrante</p>			
28.	 <p>Fernando Uriarte Zazueta PRI Integrante</p>			

El presidente diputado Edgar Romo García: De conformidad con lo que establece el artículo 87 del Reglamento de la Cámara de Diputados, se cumple con la declaratoria de publicidad.

13-03-2018

Cámara de Diputados.

DICTAMEN de la Comisión de Economía con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial.

Aprobado en lo general y en lo particular, por 358 votos en pro, 0 en contra y 1 abstención.

Se turnó a la Cámara de Senadores para sus efectos constitucionales.

Diario de los Debates, 1 de marzo de 2018.

Discusión y votación, 13 de marzo de 2018.

DISCUSIÓN DEL DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE ECONOMÍA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

Diario de los Debates

México, DF, martes 13 de marzo de 2018

El presidente diputado Edgar Romo García: El siguiente punto del orden del día es la discusión del dictamen de la Comisión de Economía con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial.

Tiene la palabra hasta por cinco minutos la diputada Lorena Corona Valdés para fundamentar el dictamen, de conformidad con el artículo 104, numeral 1, fracción II, del Reglamento de la Cámara de Diputados.

La diputada Lorena Corona Valdés: Con su permiso, diputado presidente. Presento ante esta soberanía, a nombre de la Comisión de Economía, el dictamen con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan, y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial.

Este dictamen es una reforma de gran calado pues es la primera vez, desde 1994 que se reforma de manera integral la Ley de Propiedad Industrial para dar paso a su modernización, ya que no se puede hablar de firmas de tratados internacionales sin la renovación de la legislación de la propiedad intelectual en este país, porque a través de esta reforma los activos intangibles de las empresas nacionales, como de las extranjeras, adquieren una protección integral.

En ese sentido cabe destacar que se modifica la definición de marca para incluir a las marcas no tradicionales como son las marcas sonoras y olfativas.

Desde 1994 a nivel internacional ya existen registros de marca sonoras, como por ejemplo los sonidos de Motorola, Nokia, Windows, y el sonido del motor de la Harley Davidson, las cuales al no estar reguladas en nuestro país, implicaba su no protección, y esto significa la pérdida de activos intangibles que a nivel mundial sí tienen las empresas.

Algunos de los activos intangibles de las empresas son sus marcas, las que llegan a constituir el principal activo de su negocio.

Con esta reforma estamos impulsado las marcas mexicanas para que estas tengan mayor protección. Para que dimensionemos la importancia de esta reforma, el Grupo Expansión valoró en el 2017 a las 25 marcas mexicanas más importantes, en 418 mil millones de pesos. Estamos hablando de marcas como: Corona, Bimbo, Banorte, Superama, etcétera.

Por otra parte, con este dictamen se están incorporando también las marcas colectivas y las marcas de certificación. Ambas constituyen instrumentos que apoyarán a las pequeñas y medianas empresas al permitirles potenciar su producto en el mercado y que se garantice su origen geográfico, material y el modo de hacerse o de producirse.

Ejemplo de ello sería el mezcal que se produce en todos, como todos sabemos, en Oaxaca, pero también en Durango, Jalisco, Zacatecas y en otros estados de nuestra República Mexicana, ya que su variedad se deriva de los diferentes tipos de magueyes como espadín, tepeztate o tobala, entre otros, y sus distintas maneras de ser producidos, es decir, de su destilación.

Esta industria se encuentra en contra de su registro como denominación de origen, pues sería limitar a una sola región, y con esto el mezcal tendría esa opción porque es único en cada una de sus diferentes regiones.

En este contexto, México es uno de los pocos países integrantes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual que todavía no regula este tipo de marca, y esto nos pone en una desventaja competitiva en el mercado global.

En otro rubro, quiero destacar la importancia de la reforma sobre las marcas notoriamente conocidas. Se requiere llevar un proceso más ágil y con mayor defensa para el titular de la marca, cuanto más rápido sea su proceso de registro de una marca notoria, más se beneficia a la empresa, incrementando el valor económico y comercial de la marca al reafirmarse su prestigio y se evita que se vuelva genérica.

Quién no conoce la palabra kleenex, que en realidad deberíamos de estar diciendo pañuelos desechables, pero la marca es Kleenex. Además, la notoriedad de la marca es un factor clave para los empresarios, ya que esta declaratoria hace que la marca sea un paraguas para las distintas submarcas, como por ejemplo, la marca Lala, tiene a su vez 25 submarcas como son: los quesos Los Volcanes, gelatinas Art y leche Borden.

Este dictamen también fortalece el sistema de oposición del sistema marcario, ya que con la reforma se dota de formas e instrumentos a los solicitantes y a los oponentes para que obtengan el máximo beneficio en la defensa de sus derechos de propiedad industrial. Se establece que una vez otorgado el registro de marca no será procedente una solicitud de nulidad de la marca.

Por último, el presente dictamen surge de la iniciativa del diputado Jorge Dávila, presidente de la Comisión de Economía, a quien agradezco la oportunidad de poder presentarlo ante este pleno, y vale la pena mencionar que el dictamen fue enriquecido con propuestas y comentarios de la Asociación Nacional de Abogados de Empresa, la Asociación Mexicana para la Protección de Propiedad Intelectual, la Asociación Interamericana de Propiedad Intelectual, la Confederación de Cámaras Industriales, la Barra Mexicana y el Colegio de Abogados, propiciando su aprobación por unanimidad en la comisión. Debemos entender que el nivel de registro de propiedad intelectual es proporcional al desarrollo económico que tiene un país.

Por lo expuesto, le solicitamos su voto a favor del presente dictamen presentado. Es cuanto, señor presidente.

El presidente diputado Edgar Romo García: Gracias, diputada.

De conformidad con el artículo 104, numeral primero, fracción IV del Reglamento de la Cámara de Diputados, se han registrado para fijar la posición, hasta por cinco minutos, los siguientes grupos parlamentarios: Partido Encuentro Social, Nueva Alianza, Movimiento Ciudadano, Partido Verde Ecologista de México, Morena, Partido de la Revolución Democrática, Partido Acción Nacional y Partido Revolucionario Institucional. Está a discusión en lo general. Tiene el uso de la palabra el diputado Abel Cruz Hernández, del Partido Encuentro Social.

El diputado Abel Cruz Hernández: Con su venia, presidente. Compañeras y compañeros diputados, actualmente en México el registro de las marcas de los productos comerciales está limitado solo a signos visibles, es decir aquellos que se muestran a través de palabras e imágenes.

Esta situación no corresponde a la sociedad moderna, ya que el consumidor toma en cuenta cada vez más detalles específicos, por ejemplo, en relación a las características de los productos o servicios disponibles en el mercado.

Cada vez es más común ver que los productos tratan de llegar al consumidor por medios sensoriales diferentes al de la vista, como el olfato o la audición. Sin embargo, estos productos con sus respectivas marcas no tradicionales no están considerados en la legislación vigente para poder registrarse, por lo que de aprobarse el presente dictamen se estará abriendo la posibilidad de que las marcas sonoras, olfativas y la imagen de un

negocio también conocido como trade dress se constituyan legalmente. Lo anterior se sustenta con diversas legislaciones de otros países, pero sobre todo con tratados internacionales en la materia.

En Encuentro Social coincidimos con la dictaminadora en el sentido de que la reforma estimulará la competencia al permitir que los emprendedores desarrollen nuevas y creativas formas de posicionarse en el mercado.

Asimismo, atraerán nuevos productos a nuestro país al contar con seguridad jurídica para estos. De esta forma, los consumidores contarán con más opciones a elegir un producto, pues es notorio que las marcas no tradicionales tienen un gran impacto en el mercado al transmitir una sensación de calidad o exclusividad, ya que proporcionan un ambiente cómodo estimulado por un olor, una música o incluso un contexto específico.

De la misma manera, la presente reforma intenta ampliar la protección de las marcas colectivas e incluir las marcas de certificación. Con ello, los sectores industriales, agrícola y comercial contarán con mayores herramientas de propiedad industrial para su desarrollo productivo.

Por lo anterior, nuestro voto será a favor, puesto que el dictamen a discusión contribuye a la inclusión de nuevas figuras de protección, ampliando las oportunidades para todos los sectores productivos, generando los medios idóneos para prevenir y reprimir los actos de competencia desleal. Por su atención, muchas gracias, es cuanto, señor presidente.

El presidente diputado Edgar Romo García: Gracias, diputado. Continúa con el uso de la voz, para fijar la posición de su grupo parlamentario, el diputado Luis Manuel Hernández León, de Nueva Alianza.

El diputado Luis Manuel Hernández León: Con el permiso de la Presidencia. Compañeras y compañeros legisladores, todos los días elegimos productos o servicios en función de uno o varios atributos, que les distinguen respecto de otros similares. Tal elección puede ser cambiante a lo largo del tiempo, está sustentada por el prestigio o la imagen de la marca escogida o preponderante, por recomendaciones incluso de usuarios y/o atributos muy propios del producto y de la marca.

Sin embargo, el marco regulatorio nacional en la materia no se encuentra acorde a las necesidades específicas que demanda el actual comercio globalizado y en esto radican las mejoras a la Ley de Propiedad Industrial que hoy nos ocupa, en específico las reformas, adiciones y derogaciones a esa ley fortalecen y agilizan los mecanismos de otorgamiento y protección que tendrán las personas físicas o morales que sean poseedoras de una marca, la cual constituye uno de sus activos más valiosos y que sin duda también representan valores intangibles para nuestra economía.

Aunado a ello, la actualización la hace acorde a instrumentos internacionales y a los avances relacionados con la comercialización de los productos, superando las limitaciones que antes existían.

Es de resaltar que, a partir de su aprobación, además de ampliar la protección a las marcas que antes solo consideraba algunos aspectos tangibles, ahora podrán estar legalmente salvaguardados nuevos tipos de marcas, así como aspectos que antes era imposible proteger y explorar, sin dejar de mencionar el que no estuviese sancionada su explotación y uso sin la autorización respectiva.

La puesta al día de esta norma amplía el esquema, tipos y características de las marcas, así como también incluye prohibiciones que evitarán que terceros sin autorización adquieran derechos y registros de marcas que no le corresponden, además de establecer impedimentos a ciertas conductas que pueden llegar a generar prácticas deshonestas y competencia desleal.

En Nueva Alianza, apegados a nuestro compromiso de salvaguardar y fortalecer el Estado de derecho, tenemos la certeza de que estas mejoras a la Ley de la Propiedad Industrial contribuirán a estimular la competencia, facilitarán el ingreso de más emprendedores y nos permitirán acceder a nuevas y muy creativas formas de comercialización, acciones que en suma beneficiarán a los consumidores y, por ende, a la economía nacional y al bienestar de la población. Por su atención, muchas gracias.

El presidente diputado Edgar Romo García: Damos la bienvenida también, en galerías, a los alumnos de las licenciaturas de derecho del Centro Universitario Tlacaélel, Estado de México, invitados por la diputada Dalila

Rodríguez García, así como a los estudiantes de preparatoria Plan de Guanajuato, San José Iturbide, invitados por la diputada María Verónica Agundis Estrada. Sean bienvenidos todos ustedes a este recinto legislativo.

Tiene el uso de la tribuna la diputada Candelaria Ochoa Avalos, del Grupo Parlamentario de Movimiento Ciudadano, hasta por cinco minutos, para fijar el posicionamiento de su grupo.

La diputada María Candelaria Ochoa Avalos: Gracias. Diputadas y diputados, hace muchos años que perdimos el orgullo por la marca en México, por lo hecho en México. Si ustedes van a otros países, no solamente de América Latina, sino de Europa o en Estados Unidos, cuando alguien compra algo hecho en ese país se sienten muy orgullosos de que lo producen, de que te lo envuelven con papel de ese país, de que tendrás un recuerdo para toda la vida de ese país.

Y nosotros hemos perdido hace mucho tiempo el orgullo por lo hecho en México, por eso es muy importante que esta iniciativa que retoma el reconocimiento de la marca nos permita, no solamente tener el orgullo por la marca, sino el registro industrial para proteger los derechos de autor.

Hemos transitado de productos tangibles a intangibles y eso es también algo que avanza en esta iniciativa y que nos permite además conocer la denominación de origen. En Jalisco tenemos el tequila, pero tenemos también muchos productos más que se producen allí, las sillas de montar, sombreros, etcétera, que desafortunadamente por ser pequeñas empresas no tienen la marca registrada y creo además que es una evolución para que las pequeñas y medianas empresas puedan tener esa posibilidad.

Así que en Movimiento Ciudadano estamos convencidos que esta iniciativa debemos apoyarla, porque lo hecho en México debe estar bien hecho y debe ser hecho. Gracias.

El presidente diputado Edgar Romo García: Gracias, diputada. Tiene el uso de la tribuna el diputado José Refugio Sandoval Rodríguez, del Partido Verde Ecologista de México, para fijar la posición de su grupo, hasta por cinco minutos.

El diputado José Refugio Sandoval Rodríguez: Con su permiso, diputado presidente. Buenas tardes, compañeras y compañeros diputados. De acuerdo con reconocidos economistas las naciones prosperan cuando los derechos de propiedad privada están bien definidos y existen instituciones sólidas que los hagan valer, de tal suerte que el desarrollo económico, la fortaleza de las instituciones y los derechos de propiedad son conceptos que deben de ser una de las prioridades para las autoridades responsables de elaborar las políticas públicas de un país.

En este sentido, desde diciembre de 1993 contamos con el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, el IMPI, cuya misión es garantizar una efectiva intervención del Estado en el campo de la protección de los derechos de propiedad industrial, además de promover la inversión privada, la creación de empleos, el desarrollo económico y la competitividad del país.

Por su parte el Ejecutivo federal, consciente de la relevancia estratégica de hacer valer los derechos de propiedad, estableció en el Plan Nacional de Desarrollo 2013-2018 diversas líneas de acción relacionadas con las actividades desempeñadas por el IMPI. Tales acciones tienen que ver con modernizar formal e instrumentalmente los esquemas de gestión de la propiedad industrial, garantizar la seguridad jurídica y la protección del Estado a las invenciones y a los signos distintivos, así como realizar un eficaz combate a las prácticas comerciales desleales o ilegales.

Con base en lo anterior coincidimos en que existe la necesidad de reformar la Ley de la Propiedad Industrial para que podamos incorporar disposiciones que amplíen el marco de protección de las marcas colectivas, además de incluir y regular a las marcas de certificación, tal y como lo propone el presente dictamen que en este momento discutimos.

Con ello se crean nuevas figuras de protección, se abren oportunidades para todos los sectores económicos y se generan medios idóneos para prevenir y reprimir actos de competencia desleal.

En el Partido Verde nos hemos manifestado siempre a favor de la innovación, al considerarla como un detonador de la productividad y de la competitividad, ambas necesarias para experimentar un mayor crecimiento económico sustentable.

Las y los diputados de nuestro grupo parlamentario manifestamos que votaremos a favor del presente dictamen dado que, con su aprobación, primero, se fortalecerán las instituciones encargadas de hacer valer los derechos de propiedad. Segundo, se brindará certeza jurídica a quienes con su esfuerzo generan nuevos bienes y servicios para satisfacer las necesidades de la sociedad. Tercero, se establecen barreras que inhiban las prácticas comerciales desleales en nuestro país. Cuarto, se incorporarán a nuestro sistema las mejores experiencias internacionales. Y finalmente, quinto, se coadyuvará a erradicar la informalidad desde su raíz. Es cuanto.

El presidente diputado Edgar Romo García: Tiene el uso de la tribuna el diputado Ángel Antonio Hernández de la Piedra, del grupo legislativo de Morena, hasta por cinco minutos, para fijar posicionamiento.

El diputado Ángel Antonio Hernández de la Piedra: Con su venia, diputado presidente. Diputadas, diputados, la propiedad intelectual es una denominación genérica para un conjunto muy heterogéneo de bienes intangibles: patentes, marcas, derechos de autor, secretos industriales y otros más.

El régimen jurídico que regula a nivel internacional los derechos sobre dicho tipo de propiedad parte de un principio básico, un acuerdo mediante el cual el creador de una invención, una obra artística u otro producto de la inteligencia humana la hace de conocimiento público a cambio de determinados privilegios exclusivos sobre su explotación.

A su vez, ese acuerdo se finca sobre otro de orden universal, que parte del hecho de que todo conocimiento, invento, avance científico, obra artística, mejora tecnológica y demás no son producto exclusivo de su autor sino del desarrollo mismo de la humanidad.

Es por ello que toda regulación relativa a la propiedad industrial e intelectual debe buscar un equilibrio entre los derechos y el estímulo a los creadores y entre los derechos que tiene la humanidad en su conjunto como hacedora y detentora de toda base científica, tecnológica y artística para, en consecuencia, gozar de esos avances sin cortapisas.

Desde finales del siglo XIX, los Convenios de París y Berna relativos a la propiedad industrial, a las obras literarias y artísticas, respectivamente, han permitido contar con un cuerpo de normas para la protección de los derechos de propiedad intelectual.

Su constante revisión ha permitido la profesionalización de diversas actividades creativas y ha representado un importante factor en el desarrollo tecnológico y la producción artística. Sin embargo, también ha favorecido la concentración del conocimiento y de sus aplicaciones en un reducido grupo de naciones y privilegiado el interés de las corporaciones transnacionales por sobre de las comunidades.

Bajo el argumento de las corporaciones transnacionales de que una baja regulación los lleva a perder miles de millones de dólares, presionan constantemente a los gobiernos para imponer su muy particular versión de lo que consideran una adecuada protección de los derechos de propiedad intelectual.

Por ello, encontramos la eliminación del régimen de licencias obligatorias que algunos países aplicaban sobre ciertas patentes, en particular las relativas a la industria farmacéutica, para facilitar el acceso de su población a determinados medicamentos. También encontramos la instauración de un régimen cada vez más severo de castigos a los infractores que incluye sanciones comerciales sobre naciones que buscan un desarrollo industrial y científico independiente, así como el disfrute de toda su población de esos avances.

El dictamen que hoy discutimos tiene por objeto modificar el concepto de marca, ampliar la protección de las marcas colectivas e incluir las marcas de certificación, todo ello, desde luego, en consonancia con los compromisos internacionales que ha suscrito el gobierno de nuestro país.

Al Grupo Parlamentario de Morena, le ocupa de manera preponderante el cuidado, protección y fomento de los productos, procesos de producción y sabiduría ancestral de los pueblos indígenas y comunidades originarias.

Por ello, encontramos que la ampliación en la protección a las marcas colectivas constituye un pequeño avance en la defensa de sus derechos.

Asimismo, es importante señalar que el complejo avance del modelo capitalista lleva a que muchos valores se desvirtúen, por ello nos preocupa que en el dictamen se señale que no debe perderse de vista que las marcas no tradicionales tienen un notable impacto en el mercado al transmitir una sensación de calidad o exclusividad.

Desde nuestro punto de vista, lo que debiera hacer el gobierno es precisamente señalar los engaños que comete el mercado a través de la publicidad y de la creación de marcas exclusivas. Fomentar la creación de un consumidor, no solo informado, sino también crítico y con herramientas para poder ejercer sus derechos.

En consecuencia, el Grupo Parlamentario de Morena votará a favor del dictamen con proyecto de decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley Federal de la Propiedad Industrial. Es cuanto, diputado presidente.

El presidente diputado Edgar Romo García: Gracias, diputado. Tiene el uso de la palabra el diputado Erick Arturo Figueroa Ovando, del PRD, hasta por cinco minutos para fijar posición.

El diputado Erick Arturo Figueroa Ovando: Muy buenas tardes. Saludo con afecto a las y los mexicanos que nos siguen a través del Canal del Congreso y las redes sociales. Honorable asamblea. El dictamen que se nos presenta hoy de parte de la Comisión de Economía contiene un conjunto de disposiciones que permiten una mejor comprensión de las marcas y uso de las marcas en bienes y servicios.

Lo primero que se destaca en el dictamen de la presente comisión es que reconoce que el desarrollo de los medios de comunicación y de las redes ha provocado cambios que obligan a los legisladores a considerarlos en la definición uso y protección de las marcas.

Las precisiones contenidas en este dictamen corresponden con esta realidad, e incluye la descripción de los signos a campos perceptivos más amplios con base en los sentidos y en la experiencia que experimentan los consumidores a través de los medios de comunicación actuales.

Otro aspecto que consideramos oportuno es el uso y la creación de marcas en certificaciones de origen, ya que esto convierte la protección de productos de conocida calidad y prestigio como bienes tutelados por el Estado en formas prácticas favorables a los productores y comercializadores de dichos productos. De esta forma, los productos con certificación contarán ahora con marcas distintivas cuyo uso potencie en buena medida su demanda en el mercado.

Consideramos que las diversas medidas de protección contenidas en el dictamen a favor de los titulares de las marcas se distinguen claramente entre casos, por lo que una declaratoria emitida por el Instituto a favor de denominaciones protegidas por la ley, tendrían un tiempo razonable para que terceros ejerzan los derechos que consideren en oposición a dicha declaratoria.

En este sentido, compartimos con la dictaminadora la prudente reducción de los plazos, lo que es favorable al uso y protección de las denominaciones, marcas y otros símbolos a favor de sus titulares. Por supuesto, los cambios sociales, culturales, el desarrollo de los medios de comunicación y la intensificación de la comunicación en red, forman parte de la actual globalización de la que somos parte. La reforma contenida en el dictamen da cuenta de ello.

En este sentido el Grupo Parlamentario del Partido de la Revolución Democrática considera que tanto los emprendedores como las empresas, sobre todo las pequeñas y las medianas, se verán favorecidas en la medida en que los elementos de innovación, que gracias a la tecnología nos permiten experiencias perceptibles que forman la identidad de los productos y puedan ser aprovechadas frente a la notoriedad tradicional de marcas conocidas.

Es por todos estos razonamientos que el Grupo Parlamentario del PRD votará a favor del presente dictamen de la Comisión de Economía.

Por supuesto, los cambios que se esperan en el futuro en las comunicaciones y en la red de información, nos obligan a reconsiderar nuestras nociones sobre qué proteger y cómo hacerlo, por lo que este dictamen representa un cambio positivo. Por su atención, muchas gracias. Es cuanto, diputado presidente.

El presidente diputado Edgar Romo García: Gracias, diputado. Continúa con el uso de la tribuna el diputado Miguel Ángel Salim Alle, del Partido Acción Nacional, hasta por cinco minutos, para la fijación de su postura.

El diputado Miguel Ángel Salim Alle: Con su permiso, señor presidente. El dictamen de hoy que estamos en aprobar, representa un avance muy significativo en materia de propiedad industrial, y un gran esfuerzo por salvaguardar todos los derechos como la protección de la propiedad industrial en nuestro país.

No podemos dejar de señalar que el dictamen que es objeto y materia de la presente discusión además de reforzar el perfeccionamiento de la norma en materia de signos distintivos, regula la existencia de nuevas figuras jurídicas de gran calado, como por ejemplo las denominaciones, las marcas colectivas y las marcas de certificación entre otras grandes bondades.

Tomando en cuenta lo anterior y ante el gran esfuerzo llevado a cabo por parte de los miembros de la Comisión de Economía de esta Cámara de Diputados, del Partido Acción Nacional, coincidimos plenamente en el hecho de trascender jurídicamente hacia la implementación y adecuación del sistema legal que regule y fortalezca la figura de las marcas registradas en nuestro país.

En este sentido resulta importante manifestar de que, de conformidad con lo establecido en el dictamen que nos ocupa, la comisión dictaminadora estimó acertado incidir en la actual Ley de Propiedad Industrial a fin de ajustarla y hacerla innovadora en virtud de las necesidades específicas que demandan el comercio, o lo que se propuso llevar a cabo algunos ajustes.

Algunos tipos de marcas han quedado rezagadas por falta de regulación, tal es el caso de las marcas de certificación, marcas olfativas y sonoras, y en otros casos, se requiere actualizar el procedimiento para su mejor utilización y protección a efecto de brindar certeza jurídica en su otorgamiento y aprovechamiento.

Se precisa que cualquier persona física o moral podrá hacer uso de las marcas en la industria y en el comercio, y no solo en comerciantes prestadores de servicio. Ya no se entenderá por marcas solo al signo visible, sino a todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de percepción gráfica.

Se amplía la protección de las marcas colectivas y se incluyen las marcas de certificación con lo que los sectores industrial, agrícola y comercial contarán con mayores herramientas de propiedad industrial para su desarrollo productivo convirtiéndose en derechos comerciales, competitivos, generadores de empleos a través de su consolidación y permanencia en el mercado.

En términos de lo expuesto, la presente regulación que estamos por aprobar contribuirá en gran medida en el constante fortalecimiento y perfeccionamiento de nuestro sistema jurídico mexicano, pero en este caso y de manera muy especial contribuirá en el perfeccionamiento de la protección de marcas registradas.

Por todo lo anterior, el Grupo Parlamentario del PAN, el Partido Acción Nacional estaremos acompañando a favor el presente dictamen que presenta la Comisión de Economía. Es cuanto, señor presidente. Muchas gracias.

El presidente diputado Edgar Romo García: Gracias, diputado. Tiene el uso de la palabra el diputado promovente de esta iniciativa, Miguel Ángel González Salum, del Partido Revolucionario Institucional.

El diputado Miguel Ángel González Salum: Con el permiso de la Presidencia. Diputados y diputadas, muy buena tarde.

Antes que nada, quiero subrayar que en la Comisión de Economía se votó y avaló por unanimidad el dictamen a discusión, toda vez que representa un avance significativo para fortalecer el régimen de protección de los signos distintivos en nuestro país.

Asimismo, aprovecho esta tribuna para hacer un especial reconocimiento a todas las diputadas y diputados integrantes de la Comisión de Economía, por su trabajo y profesionalismo buscando en todo momento actualizar el régimen de la propiedad industrial que se ha rezagado en función de las demandantes condiciones de los mercados y el fenómeno de la globalización en el comercio mundial.

A nombre de mi grupo parlamentario reconocemos que llama la atención la modificación al artículo 88, precepto legal en el cual se establece el concepto de marca, mismo que de manera tradicional había empleado el concepto de signo visible, es decir una palabra, un logotipo o su combinación. Y aquí es donde encontramos el viraje de la definición para incluir a todos los signos perceptibles por los sentidos, con lo cual se permite la inclusión para ser protegidos como marca, de sonidos, de olores y de signos holográficos.

Como podemos ver, se incluyen más figuras que permitirán potencializar el desarrollo económico de nuestro país al permitir a los comerciantes adoptar nuevos enfoques para sus estrategias comerciales, a efecto de identificar sus productos a través de un sonido o un olor.

Asimismo, es de destacar que se incluye la protección de signos holográficos. Es decir, aquel conjunto de imágenes que se proyectan por luz para lograr transmitir una imagen tridimensional, con lo cual estamos adecuando nuestro marco normativo para introducir una regulación para este nuevo tipo de identificador de productos o servicios.

En el dictamen se prevé la introducción de la protección de las marcas de certificación y el mejoramiento de las disposiciones de las marcas colectivas, que constituyen un instrumento legal que apoya a las pequeñas y medianas empresas o productores individuales, ya que les permite potenciar su producto en el mercado, son conocidas en el medio comercial como marcas de garantía.

Este tipo de marcas permiten distinguir el origen geográfico, el material, el modo de fabricación, otras características comunes de los bienes o servicios, tales como la calidad de los distintos productores o empresas que las utilizan.

Por esto, los integrantes del Grupo Parlamentario del PRI manifestamos con agrado nuestra conformidad con este dictamen de esta iniciativa que fue presentada y promovida por el presidente de la comisión, el diputado Jorge Dávila Flores, a quien felicitamos, por la inclusión de las marcas no tradicionales y de certificación, así como el fortalecimiento de las marcas colectivas, como uno de los más importantes cambios en el sistema de propiedad industrial de nuestro país en los últimos 25 años y que beneficiará el desarrollo de nuestra economía, al poner a nuestro sistema acorde al funcionamiento de otros sistemas en el mundo. Es cuanto, señor presidente, gracias.

El presidente diputado Edgar Romo García: Gracias, diputado. Agotada la lista de oradores, consulte la Secretaría a la asamblea, en votación económica, si se encuentra suficientemente discutido en lo general.

La secretaria diputada María Eugenia Ocampo Bedolla: Por instrucciones de la Presidencia, en votación económica se consulta a la asamblea si el dictamen se encuentra suficientemente discutido en lo general. Las diputadas y los diputados que estén por la afirmativa sírvanse manifestarlo. Las diputadas y los diputados que estén por la negativa sírvanse manifestarlo. Señor presidente, mayoría por la afirmativa.

El presidente diputado Edgar Romo García: Suficientemente discutido en lo general.

En virtud de que de conformidad con el artículo 109 del Reglamento de la Cámara de Diputados, no se ha reservado artículo alguno para su discusión en lo particular, pido a la Secretaría abra el sistema electrónico de votación, hasta por cinco minutos, para proceder a la votación del proyecto de decreto tanto en lo general como en lo particular, en un solo acto.

La secretaria diputada María Eugenia Ocampo Bedolla: Háganse los avisos a que refiere el artículo 144, numeral 2, del Reglamento de la Cámara de Diputados. Ábrase el sistema electrónico, por cinco minutos, para proceder a la votación en lo general y en lo particular, en un solo acto.

(Votación)

¿Algún diputado o diputada que falte de emitir su voto? Sigue abierto el sistema. Ciérrase el sistema electrónico de votación. Se emitieron a favor 358 votos, 1 abstención, 0 en contra, de un total de presentes de 359. Es cuanto, presidente.

El presidente diputado Edgar Romo García: Aprobado en lo general y en lo particular por 358 votos el proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial. **Pasa al Senado de la República, para sus efectos constitucionales.**

CÁMARA DE DIPUTADOS

Informo también a la Asamblea que el día de ayer, miércoles 14, dimos turno directo a la minuta proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial, remitido por la Colegisladora. El turno asignado fue a las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

MESA DIRECTIVA
LXIII LEGISLATURA
OFICIO No.: D.G.P.L. 63-II-7-3308
EXP. 9028

Secretarios de la
H. Cámara de Senadores,
Presentes.

Tenemos el honor de remitir a ustedes para sus efectos constitucionales, el expediente con la Minuta Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial, con número CD-LXIII-III-2P-374, aprobado en esta fecha por la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión.

Ciudad de México, a 13 de marzo de 2018.



María Eugenia Ocampo Bedolla
Dip. María Eugenia Ocampo Bedolla
Secretaria

RECIBIDO
2018 MAR 13 PM 5 58

SECRETARÍA DE GOBIERNO
SECRETARÍA DE ECONOMÍA
SECRETARÍA DE ENERGÍA

001886



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

M I N U T A
PROYECTO
DE
DECRETO

POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Artículo Único.- Se **reforman** el artículo 58, segundo párrafo; el artículo 87; el artículo 88; el artículo 89, fracciones I, III y IV; el artículo 90, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI y XVII; la denominación del Capítulo II del Título Cuarto "De las Marcas Colectivas y de Certificación"; el artículo 96; el artículo 97; el artículo 98; el artículo 98 BIS; el artículo 98 BIS-1; el artículo 98 BIS-2; el artículo 98 BIS-3; el artículo 98 BIS-4; el artículo 113, fracciones I, II, III y IV; el artículo 120; el artículo 122 BIS, segundo párrafo; el artículo 124; el artículo 125, tercer párrafo; el artículo 126, primer párrafo, fracciones II, VI y VII; el artículo 131; el artículo 133, primer párrafo; el artículo 145; el artículo 146; el artículo 151, fracciones IV y V, y último párrafo; el artículo 152, fracción II; el artículo 155; el artículo 180; el artículo 183; el artículo 184, segundo párrafo; y el artículo 213, fracción VII. Se **adicionan** el artículo 89, con las fracciones V, VI, VII y VIII; el artículo 90, con un párrafo a la fracción XIII, con dos párrafos a la fracción XIV, con los incisos a), b), c), d) y un párrafo a la fracción XVI y con las fracciones XVIII, XIX, XX, XXI, XXII y con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 97 BIS; el artículo 97 BIS-1; el artículo 98 TER; el artículo 98 TER-1; el artículo 98 TER-2; el artículo 98 TER-3; el artículo 98 TER-4; el artículo 98 TER-5; el artículo 98 TER-6; el artículo 98 TER-7; el artículo 98 TER-8; el artículo 98 TER-9; el artículo 120 BIS; el artículo 120 BIS-1; el artículo 120 BIS-2; el artículo 120 BIS-3; el artículo 124, con un segundo párrafo; el artículo 126, con un segundo párrafo; el artículo 128, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 133, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 151, con una fracción VI; el artículo 152, con una fracción III; el artículo 180, con un segundo y tercer párrafos; el artículo 183, con un segundo y cuarto párrafos, pasando el actual segundo a ser tercer párrafo. Y se **derogan** el artículo 90, fracción XV-BIS; el artículo 98 BIS-5; el artículo 98 BIS-6; el artículo 98 BIS-7; el artículo 98 BIS-8; el artículo 98 BIS-9; el artículo 115; el artículo 120, tercer, cuarto, quinto y sexto párrafos; el artículo 134; y el artículo 135 de la Ley de la Propiedad Industrial para quedar como sigue:

Artículo 58.- ...





PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día **hábil** siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.

...

Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo **perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección**, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89.- ...

I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;

II.- ...

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente;

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;

V.- Los sonidos;

VI.- Los olores;





PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado, y

VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.

Artículo 90.- ...

I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;

II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad; así como la forma usual y corriente de los productos o servicios, o la impuesta por su naturaleza o funcionalidad;

III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;

IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que **pretenden distinguir**. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;

V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de **otros signos** que les den un carácter distintivo;





PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, **así como la transliteración de signos no registrables;**

VII.- Los signos que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, **estado**, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier **otro signo de instrumentos internacionales**, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;

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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX.- Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, **signos** o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X.- ...



XI.- Las denominaciones **de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de lugares**, que se caractericen por la fabricación o producción de ciertos productos o la prestación de ciertos servicios; **así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;**

XII.- Los nombres **de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;**



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el derecho correspondiente.

Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;

XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.



Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.

Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;

XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:

- a) **Crear** confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;
- b) **Constituir** un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;
- c) **Causar** el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o
- d) **Diluir** el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;



XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;

XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

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;

XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios;

XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y

XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.



No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.

No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiendo que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.

Capítulo II
De las Marcas Colectivas y de Certificación

Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de **productos**, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros **siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.**

Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".

Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:



I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;

II.- La representación de la marca;

III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;

IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;

V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasado;



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;

VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;

VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;

IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y

X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 97 BIS-1.- La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.



Las marcas colectivas se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas por su titular, tales como:

I.- Los componentes de los productos;

II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y

IV.- El origen geográfico de los productos.

Artículo 98 BIS.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.

Artículo 98 BIS-1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.



Quando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:

I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;

II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;

III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y

IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Artículo 98 BIS-2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:

I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;

II.- La representación de la marca;

III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;

IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;

V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;

VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;

VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;

VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;

IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional, y

X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.





PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.

En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 98 BIS-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Las marcas de certificación se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98 BIS-4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".

En caso de las marcas de certificación que protejan indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III, de la Autorización para su Uso.



CÁPITULO II BIS

De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas

Artículo 98 TER.- Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.

A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley.

Artículo 98 TER-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.

Los impedimentos previstos en el artículo 90, fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.

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

I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.





PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

IV. La fecha de primer uso de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

VI. Los canales de comercialización en México y, en su caso, en el extranjero.

VII. Los medios de difusión de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

IX. La inversión realizada durante los tres últimos años en publicidad o promoción de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.



XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos tres años.

XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.

XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.

XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Artículo 98 TER-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90, fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.

La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.

Artículo 98 TER-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:

I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y

II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.



Artículo 98 TER-5.- Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.

Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.

Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Artículo 98 TER-6.- Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.

En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.

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

Artículo 98 TER-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:

I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley,
y

II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.

Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.



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

Artículo 113.- ...

I.- Nombre y domicilio del solicitante;

II.- La representación del signo que constituya la marca;

III.- La fecha de primer uso de la marca **en México o, en su caso**, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se **entenderá** que no se ha usado la marca;



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

IV.- Los productos o servicios **específicos a los que se** aplicará la marca, y

V.- ...

Artículo 115.- (Se deroga).

Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.

La oposición deberá presentarse por escrito, **acompañarse de las pruebas respectivas**, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.



Artículo 120 BIS-1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.

Artículo 120 BIS-2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Artículo 120 BIS-3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.

Artículo 122 BIS.- ...

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

...

Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.

Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.



Artículo 125.- ...

...

El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. **El título comprenderá la representación de la marca** y en el mismo se hará constar:

I.- ...

II.- El signo que constituye la marca;

III.- a V.- ...

VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición, y

VII.- Vigencia.

Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128.- ...

El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.

Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.

Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.

Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.





PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular **acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.**

La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.

Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.

Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90, fracciones XVIII y XIX de esta Ley.

Artículo 134.- (Se deroga).

Artículo 135.- (Se deroga).



Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros **o solicitudes en trámite** de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.

Artículo 146.- Cuando el titular de registros **o solicitudes en trámite** de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.

Artículo 151.- ...

I.- a III.- ...



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;

V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta, de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra semejante en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y

VI.- Se haya obtenido de mala fe.

Las acciones de nulidad previstas en las fracciones **II, III y IV** del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones **I, V y VI** podrán ejercitarse en cualquier tiempo.

Artículo 152.- ...

I.- ...

II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y

III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.

Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refieren las fracciones **I y III** del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.





PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, **en su caso**, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.

Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.

Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.

El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.



En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, **incluyendo aquellos seguidos en rebeldía**, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el **primer párrafo del presente artículo**.

El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.

Artículo 184.- ...



PODER LEGISLATIVO FEDERAL
CÁMARA DE DIPUTADOS

Los plazos empezarán a correr al día **hábil** siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día **hábil** siguiente de aquél en que se ponga en circulación.

Artículo 213.- ...

I.- a VI.- ...

VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, **XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX** del artículo 90 de esta Ley;

VIII.- a XXXIII.- ...

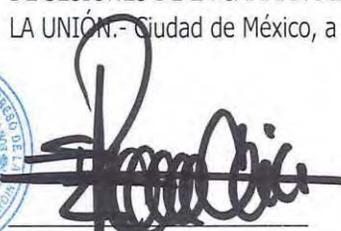
Transitorios

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

S A L Ó N DE SESIONES DE LA CÁMARA DE DIPUTADOS DEL HONORABLE CONGRESO DE LA UNIÓN.- Ciudad de México, a 13 de marzo de 2018.




Dip. Edgar Romo García
Presidente


Dip. María Eugenia Ocampo Bedolla
Secretaria

Se remite a la Cámara de Senadores
para sus efectos constitucionales la
Minuta CD-LXIII-III-2P-374
Ciudad de México, a 13 de marzo de 2018.



A handwritten signature in blue ink, appearing to read "J.C. Delgadillo Salas".

Lic. Juan Carlos Delgadillo Salas
Secretario de Servicios Parlamentarios

JJV/rgj

A very faint, illegible handwritten signature or stamp in blue ink, possibly overlapping another signature.

En otro apartado de nuestra agenda, tenemos dictámenes para primera lectura. Dé cuenta la Secretaría con ellos.

La Secretaria Senadora Martha Palafox Gutiérrez: Tenemos los siguientes dictámenes para primera lectura:

Uno, de las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos, con proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

(Dictamen de primera lectura)

Marzo, 2018.

HONORABLE ASAMBLEA:

A las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial y de Estudios Legislativos, les fue turnada para su estudio y elaboración del dictamen correspondiente de la **Minuta que contiene proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial enviada por la H. Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión.**

Los Ciudadanos Senadores integrantes de estas Comisiones Unidas realizaron diversos trabajos a efecto de revisar el contenido de la Minuta, con el objeto expresar sus observaciones y comentarios a la misma e integrar el presente dictamen.

Estas Comisiones Unidas, con fundamento en lo dispuesto por el inciso a) del artículo 72 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; los artículos 85 numeral 2, inciso a), 86 y 94 de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos; 113 numeral 2, 117, numeral 1, 135 numeral 1, fracciones I y II, 177, numerales 1 y 2, 178, 182, 190 del Reglamento del Senado de la República, someten a la consideración de la Asamblea el presente dictamen, con base en la siguiente:

I. Metodología de Trabajo

Las Comisiones Dictaminadoras realizaron el análisis de esta Minuta conforme al procedimiento que a continuación se describe:

En el capítulo de "Antecedentes" se describe el trámite que da inicio al proceso legislativo, a partir de la fecha en que fue presentada la iniciativa ante el pleno de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión y turnada como Minuta a la Cámara de Senadores.

En el capítulo de "Contenido de la Minuta" se hace una descripción de la Minuta sometida ante el pleno de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión.

En el capítulo de "Consideraciones" los integrantes de las Comisiones Dictaminadoras realizan una valoración de la Minuta en base al contenido de diversos ordenamientos legales aplicables a la materia.

II. Antecedentes

1. El 04 de enero de 2018 el Diputado Jorge Enrique Dávila Flores, integrante del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional presentó la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

En esa misma fecha la Comisión Permanente del H. Congreso de la Unión turnó la referida Iniciativa a la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión para su análisis y dictaminación correspondiente.

2. El 28 de febrero de 2018 durante la sesión de trabajo de la Comisión de Economía se aprobó el dictamen con 22 votos a Favor, 0 en Contra y 0 Abstenciones de 29 miembros que la integran.

3. El 13 de marzo de 2018 durante la celebración de la sesión ordinaria de la Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión fue aprobado el referido dictamen con 358 votos a Favor, 0 en Contra y 1 Abstención.

En esta misma fecha, la Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, envió a la Cámara de Senadores para sus efectos constitucionales, la Minuta referida.

4. El 15 de marzo de 2018 la Mesa Directiva de la Cámara de Senadores turnó la Minuta, a las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial y de Estudios Legislativos, para su análisis y dictamen correspondiente.

III. Contenido de la Minuta

La Minuta tiene por objeto:

- *Modificar el concepto de marca* (previsto en la Ley de la Propiedad Industrial):
- *Ampliar la protección de las marcas colectivas, e*
- *Incluir las marcas de certificación.*

Con la finalidad de dar cumplimiento con lo establecido en los compromisos internacionales que ha suscrito México.

Las modificaciones específicas a la Ley de la Propiedad Industrial (en adelante, LPI) contenidas en la Minuta son las siguientes:

- En el **Título Cuarto, De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales, Capítulo I De las Marcas**, se propone la reforma del **artículo 87**, a efecto de precisar que cualquier persona física o moral, podrán hacer uso de marcas en la industria y en el comercio y no sólo los comerciantes o prestadores de servicios.
- Acorde con las mejores prácticas comerciales y con el objeto de ampliar los tipos de marcas se modifica la definición de ésta en el **artículo 88**, de manera que ya no se entenderá por

marca todo signo visible, sino todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representación gráfica, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Con ello, se incluye en la LPI las marcas sonoras y olfativas, así como la pluralidad de elementos operativos o de imagen, incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque o la decoración que, al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado.

A la fecha, en México el registro de las marcas está limitado exclusivamente a signos visibles, es decir aquellos que se manifiestan a través de palabras o imágenes. Sin embargo, en la sociedad moderna, el consumidor atiende cada vez más a detalles específicos respecto de las características de los productos o servicios que se encuentran en el mercado, al tomar decisión de compra.

Hoy en día, en virtud de los nuevos avances en relación con la comercialización de los productos, se llega al consumidor a través de medios sensoriales diferentes al de la vista, como el olfato y la audición. Por esta razón, surgen las marcas no tradicionales de naturaleza olfativa o auditiva que distinguen productos o servicios en el mercado. La percepción de estas marcas implica una aprehensión profunda de la realidad capturada por los sentidos, que va más allá de la simple captación de los objetos pues conduce a crear una imagen mental del objeto en cuestión y compararlo con otros objetos, sensaciones y percepciones.

Cabe señalar que actualmente, dichas marcas no tradicionales son susceptibles de registro y protección en múltiples legislaciones de diversos países, entre ellos los Estados Unidos de América, Japón, Reino Unido, la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (*European Union Intellectual Property Office*, por sus siglas en inglés EUIPO), la Comunidad Andina, entre otros.

Por tal motivo se reforma y adiciona el artículo 89 de la LPI, en el cual se describen los signos que pueden constituir una marca.

Con la reforma propuesta se abre la posibilidad de que en México se registren marcas no tradicionales, como las marcas sonoras, olfativas y la imagen de un negocio, también conocido como *trade dress*.

Lo anterior, no sólo cuenta con respaldo en legislaciones de otros países o tratados internacionales, como el *Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas*, sino en la realidad misma, ya que reconoce los avances y tendencias globales en materia de *marketing* y consumo.

Tradicionalmente, el *marketing* buscaba estimular a los consumidores a través de medios visuales; sin embargo, la competencia entre productos ha avanzado tanto que se ha dado paso al *marketing* sensorial, es decir, el consumidor se ve estimulado a través de un mayor

número de sentidos ya no solo el visual sino también el olfativo, sonoro, táctil o con la combinación de todos ellos.

Ejemplo de ello son las tiendas especializadas que cuentan con una imagen u olor propio, por ejemplo, Starbucks®, Massimo Dutti®; sonidos tan reconocibles como el rugido de la Metro-Goldwyn-Mayer® o el timbre de los teléfonos Nokia®; la primera marca olfativa de la historia, fue el de un hilo de coser cuyo olor era como "una fragancia de alto impacto, fresca, floral, evocativa de capullos de plumería" otros casos famosos son las pelotas de tenis "con olor a hierba recién cortada".

Cabe señalar que el registro de estas marcas se sujetará a condiciones de registrabilidad, que impedirán que se protejan marcas que describan al producto mismo o que sean genéricas.

La Minuta considera que la reforma no sólo estimulara la competencia, al permitir que los emprendedores desarrollen nuevas y creativas formas de posicionarse en el mercado, sino que atraerá nuevos productos a nuestro país, sobre todo a los que se encuentren bajo marcas innovadoras, al contar con seguridad jurídica para éstas.

Los consumidores contarán con mayores opciones al elegir un producto. No debe perderse de vista que las marcas no tradicionales tienen un notable impacto en el mercado, al transmitir una sensación de calidad o exclusividad. En este sentido, un consumidor tiene mayor inclinación a gastar más dinero en un lugar en donde se siente cómodo, estimulado por un olor, una música o un ambiente agradable, lo que reposiciona a muchas cadenas de prestadores de servicios, en relación a sus competidores.

- La Minuta realiza una revisión al **artículo 90**, el cual establece los impedimentos de registro de marca, de manera que su contenido sea acorde con los cambios propuestos al concepto de marca y los signos que pueden constituirla. Además, se mejora la redacción de sus supuestos con la finalidad de optimizar el estudio de una solicitud y evitar que se registren signos que no reúnan las características necesarias para obtener la protección.

Se reconoce la figura de la distintividad adquirida, conocida en la doctrina de otros países como *secondary meaning*. De acuerdo con Jesús López Cegarra¹, la distintividad adquirida constituye el nuevo significado que consigue un signo que carece de distintividad, pero que, mediante su utilización en promoción, publicidad o uso efectivo como marca, adquiere la capacidad para identificar y distinguir una fuente empresarial.

¹ López Cegarra, Jesús. Marcas: La Distintividad Adquirida en el Derecho Comunitario Andino. En Revista propiedad intelectual. Visible en: <http://www.redalyc.org/pdf/1890/189018586004.pdf> Fecha de consulta: 29 de enero 2018.

Por lo tanto, se trata de aquellas marcas o signos que no eran distintivas conforme a la Ley en materia de marcas, por ser descriptiva o genérica desde su origen, pero que, con la inversión de recursos por parte de los productores o prestadores de servicios, ha adquirido dicha distintividad, de manera que los consumidores las identifican plenamente y la asocian con su titular.

Asimismo, se reconoce la coexistencia de marcas en el comercio con el objeto de que los particulares, bajo las disposiciones que establezca el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, puedan obtener el registro.

- En cuanto al **Capítulo II De las Marcas Colectivas** se propone reformar su denominación a efecto de incluir a las marcas de certificación; además, se fortalecen las disposiciones relativas a las reglas de uso.

Actualmente las marcas colectivas no cuentan con una regulación sólida que permita que su uso en el comercio genere realmente condiciones para ser un medio que favorezca la competitividad. Mientras que las marcas de certificación no cuentan con protección en México.

La Minuta amplía la protección de las marcas colectivas e incluye las marcas de certificación. Con ello los sectores industrial, agrícola y comercial, contarán con mayores herramientas de propiedad industrial para su desarrollo productivo correspondiente, convirtiéndose en derechos comerciales competitivos generadores de empleos, a través de su consolidación y permanencia en el mercado.

Es importante señalar que el antecedente inmediato de la protección de las marcas colectivas y de certificación, conocidas también como marcas de garantía en la doctrina, se dio durante la época renacentista, a través de las marcas corporativas que servían casi exclusivamente, para garantizar que el producto marcado había sido confeccionado según las reglas de la corporación y que había sido objeto de un cierto control o que provenía de determinada villa o región.

La primera referencia internacional de este tipo de derecho colectivo, se encuentra en el artículo 7 BIS del *Convenio de París*, que obliga a proteger las marcas colectivas y permite que las condiciones particulares de su protección sean definidas por los Estados parte.

Las marcas de certificación también cuentan con referentes internacionales, como el *Arreglo de Madrid* y el Protocolo concerniente al *Arreglo de Madrid* relativo al Registro Internacional de Marcas, así como en el artículo 1708 del *Tratado de Libre Comercio con América del Norte*, en cuyo texto se menciona que las partes podrían incluir en la definición de marcas a las marcas de certificación.

En este contexto, cabe precisar que México es uno de los pocos países integrantes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual que no regula de manera precisa lo

relativo a las marcas colectivas y no protege a las marcas de certificación, lo que pone en desventaja competitiva en el mercado global, a los titulares de derechos en relación con sus competidores.

Este tipo de marcas buscan eliminar desventajas de emprendedores, pequeñas, medianas o grandes empresas en el mercado; ayudan a comercializar, fomentan la cooperación entre los productores y permiten que al agruparse se distinga de forma eficaz el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios que cada miembro comparte con los demás.

Muchos países exigen las reglas de uso para todos los miembros de las asociaciones titulares de las marcas colectivas e, incluso, hay sistemas donde este tipo de marcas desempeñan funciones de las marcas de certificación, por lo que, con la inclusión de esta figura, se eliminan asimetrías entre los sistemas normativos.

Por otra parte, la marca de certificación sirve para garantizar algún rasgo particular de los productos o servicios a los que se aplica, como naturaleza, calidad, el origen geográfico, la forma en la que se fabrica, el cumplimiento de ciertas normas de seguridad, el grupo que lo hizo, etc.

El concepto de marca de certificación también parte de la definición de "marca", en tanto que su objetivo es distinguir servicios y productos, pero permite a las empresas o personas usar una marca más, además de su marca individual, a fin de garantizar al público consumidor que los productos o servicios de las marcas ya certificadas presentan características especiales.

Cabe señalar que el titular de la marca de certificación, también conocido como certificador, no puede poner en el comercio bienes y servicios, pues sólo se dedica a certificar los productos de terceros, es decir, a dar una garantía sobre las características del producto, por ejemplo: que los materiales usados son orgánicos o que provienen del comercio justo.

Por ejemplo: los distintivos "COTTON", "COMERCIO JUSTO", "USDA ORGANIC", "ISSO 9000" o "KÓSHER", le otorgan a los productos o servicios que lo usan un valor agregado indiscutible.

El que un producto cuente con ellos implica que está avalado por una entidad que ha verificado la calidad de la materia prima y que ha revisado sus instalaciones, equipos o procesos, y que cumplen plenamente con dichos estándares de calidad, autorizándoles el uso de dicho distintivo.



EL CASO KÓSHER

México es el 4to mercado a nivel mundial, por debajo de Israel, Estados Unidos y Francia para dichos productos, de acuerdo con el Jewish People Policy Institute.

Un producto avalado con dicho sello se vende 20% más que otro similar, el sello proporciona seguridad y confianza a un mercado muy específico, a saber: judíos, hindúes, musulmanes, vegetarianos o personas con restricciones dietéticas.

Sin embargo, el 80% de ventas en productos kosher se encuentra fuera del perfil religioso. Muchas pequeñas y medianas empresas con productos artesanales hacen uso de dicho distintivo.



Si bien no existe en nuestro país una normatividad específica sobre las marcas de certificación, existen algunos ejemplos de marcas registradas que se usan de dicha forma; sin embargo, es necesario dotarlas de un mejor marco jurídico, para que los usuarios que se certifican cuenten con certeza jurídica en relación el titular que certifica los productos.

Ejemplos de marcas registradas por la Administración Pública que sirven como marcas de certificación.

TIF INSPECCIONADO Y APROBADO SAGARPA Y DISEÑO.



El Sello TIF (Tipo Inspección Federal) es un reconocimiento que otorga dicha Dependencia mediante un procedimiento de inspección y supervisión de los rastros y establecimientos industriales, dedicados a producir, almacenar, sacrificar, procesar y distribuir todo tipo de carnes y sus derivados.

RECONOCIMIENTO MUNDIAL AL SELLO TIF

Es vital para nuestro país el reconocimiento internacional ya que somos productores de más 2 millones de toneladas de carne de ave, casi 2 millones toneladas de carne de bovino y más de 1 millón de carne de puerco, así como de considerables producciones en carne de ovino, caprino y guajolote.

Durante 2015 se destinaron 17 millones de

La certificación TIF tiene como objetivo aumentar los estándares de calidad de todos los tipos de carne, así como promover la reducción de riesgos de contaminación de sus productos, a través de la aplicación de sistemas de inspección.

Esta certificación beneficia a la industria cárnica, pues permite la movilización del producto dentro del país más fácilmente. Además, abre la posibilidad del comercio internacional, ya que los establecimientos TIF son los únicos elegibles para exportar.

HECHO EN MÉXICO Y DISEÑO



Es el distintivo oficial que identifica los productos hechos en México y que les permite ser reconocidos por los consumidores de nuestro país y del mundo.

La marca Hecho en México es sinónimo de calidad respaldada por el talento, creatividad e innovación de los productores que en nuestro país trabajan para ofrecer bienes y servicios competitivos.

La Secretaría de Economía autoriza su uso, siempre y cuando los interesados acrediten, ante los Organismos de Certificación, que el bien es:

Acuerdo mediante el cual se establecen los requisitos para otorgar el uso, licencia y sublicencia de la marca Hecho en México, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 24 de febrero de 2017.

Establece los mecanismos que regulan el uso, licencia y sublicencia de la marca "HECHO EN MÉXICO" y diseño, a fin de que los consumidores nacionales y extranjeros puedan identificar los productos con valor agregado en la República Mexicana.

- Obtenido en su totalidad o producido enteramente en México,
- Producido exclusivamente a partir de materiales que califican como originarios, o
- Elaborado con bienes no originarios, pero que resulta de un proceso de producción en México, o que el valor de transacción de los materiales no originarios no exceda de los porcentajes establecido para cada sector.

Así, la Minuta propone reformar los **artículos 96 y 97** relativos a la marca colectiva y se adicionan los **artículos 97 BIS y 97 BIS 1**, aclarándose que las marcas colectivas se tratan de marcas cuyos productos poseen calidad o características comunes.

Se incluyen los elementos que deben contener las reglas de uso, pues esto ayuda tanto a la organización de los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva, como a los usuarios al delimitar la garantía que se ofrecerá en los productos o servicios con la marca colectiva.

- Para efectos de la marca de certificación se reforma el **artículo 98**, en donde se incluye su definición y se adicionan los **artículos 98 BIS 1, 98 BIS 2, 98 BIS 3 y 98 BIS 4**, a efecto de establecer su regulación específica consistente en la prohibición del uso por su titular, el cual únicamente podrá autorizar éste a toda persona cuyo producto o servicio cumpla las condiciones determinadas en las Reglas de Uso, las cuales fijarán las características garantizadas por la marca y la manera como se ejercerá el control de la certificación.

Finalmente, se incluye la opción de que las indicaciones geográficas puedan protegerse como marcas de certificación, sin que estas pierdan su naturaleza. Con ello, se crea un sistema de protección equilibrado entre las marcas, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.

- En el **Capítulo V, Del Registro de Marcas**, propone la reforma a varios artículos tales como el **artículo 113, fracciones I, II y IV**, relativo a los requisitos de la solicitud de registro, en donde se elimina el requisito de señalar la nacionalidad, ya que se trata de un dato que se proporciona en las solicitudes con fines estadísticos, en la fracción II, se clarifica que se debe presentar la representación del signo que constituya la marca, acorde con las modificaciones relativas a marcas no tradicionales y en su **fracción IV**, se establece que se deberá señalar específicamente los productos o servicios a los que se aplicará la marca.
- Se deroga el **artículo 115** relativo a las denominadas leyendas no reservables, es decir, sobre aquellos signos que aun cuando se acompañen en la solicitud no se está requiriendo protección, al tratarse de aspectos generales que conforman únicamente al ejemplar de un signo, más no le proporcionan distintividad. Con el propósito de hacer más eficiente el trámite de registro de un signo distintivo e incorporar tendencias mundiales en la materia.

Cabe señalar que, si bien recientemente se introdujo el sistema de oposición al sistema marcario mexicano, la práctica diaria obliga a fortalecerlo para brindar mayor certeza jurídica a los usuarios del sistema marcario mexicano, siendo ésta la oportunidad para llevarlo a cabo.

- Esta mejora al sistema de oposición, permitirá al IMPI afianzar el trámite, dotando de mayores instrumentos a los solicitantes y a los oponentes, para que obtengan el máximo beneficio en la defensa de sus derechos de propiedad industrial.
- Se adiciona un último párrafo en el **artículo 133**, para incluir aquellos casos en los que una marca se encuentra en el plazo de gracia de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia del registro, a efecto de establecer que éstas pueden constituir un impedimento para otras solicitudes que se encuentren en trámite de registro o publicación, ya que se trata de registros o publicaciones que pueden ser objeto de renovación de su vigencia.
- En el mismo **Título Cuarto, Capítulo VI De las Licencias y la Transmisión de Derechos**, propone la reforma a los **artículos 145 y 146**, a efecto de incluir a las solicitudes en trámite dentro de las ligas que se crean al momento de la transmisión de marcas.
- En el **Título Sexto De los Procedimientos Administrativos, Capítulo I Reglas Generales de los Procedimientos**, propone la modificación del **artículo 180**, a fin de clarificar los supuestos que prevé.
- Se modifica el **artículo 183**, a fin de privilegiar a la Gaceta de la Propiedad Industrial como medio de notificación y con ello hacer más expeditos los trámites ante el IMPI.
- Se modifica el último párrafo del **artículo 184**, relativo a la forma en que se efectúa el cómputo de los plazos, aclarándose expresamente que se trata de días hábiles a partir de cuándo empezarán a correr éstos.
- En cuanto al **régimen transitorio**, propone que el Decreto entre en vigor a los treinta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación, a efecto de darle la difusión necesaria a las modificaciones y los solicitantes se familiaricen con las reformas.

Adicionalmente, las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado a éstas, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto serán resueltas conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

IV. Consideraciones de las Comisiones

Primera.- Estas Comisiones coinciden con la Colegisladora en el sentido que las modificaciones al concepto de marca, la ampliación de la protección de las marcas colectivas, así como incluir las marcas de certificación, constituyen instrumentos que apoyan a pequeñas y medianas empresas, al permitirles potenciar su producto en el mercado y garantizan el origen geográfico, material, modo de fabricación u otras características comunes de bienes y servicios, de otros productores de productos similares.

Segunda.- Que en los últimos años, la protección de los derechos de propiedad industrial en México, ha adquirido relevancia como herramienta para el desarrollo económico del país.

Así, la Propiedad Industrial constituye un instrumento para mejorar el acceso a la innovación, aumentar la producción nacional innovadora y disfrutar de los beneficios de los mercados nacionales e internacionales. Su adecuada protección fomenta el desarrollo de las actividades industriales y comerciales del país.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (en adelante, IMPI), es el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, encargado de administrar el sistema de Propiedad Industrial y su participación ha resultado fundamental para la protección y fomento de la creatividad e innovación, a fin de consolidar dicho crecimiento económico sustentable.

Tercera. - Las marcas son el fruto de un emprendedor o de la pequeña, mediana y grande empresa que permiten distinguir sus productos y servicios de los de sus competidores en el mercado. Tienen como características la exclusividad, la territorialidad y la temporalidad.

La importancia del registro de signos distintivos obedece a que éstos constituyen un bien comercial y, en ocasiones, el activo más rentable de un negocio, asimismo, otorga a su titular el derecho al uso exclusivo para distinguir productos o servicios frente a sus competidores en todo el territorio mexicano y cuyo uso por parte de terceros está limitado al consentimiento del titular. El uso puede ser autorizado mediante el otorgamiento de licencias e, incluso, el titular puede ejercer acciones legales en contra de terceros que utilicen su signo sin autorización siendo un medio para reprimir y evitar la competencia desleal en el mercado.

La obtención de un registro debe iniciarse a petición de la parte interesada y cumplir con una serie de formalidades establecidas en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento; presentando una solicitud ante las oficinas del Instituto o a través de medios de comunicación electrónica. Dicha solicitud debe presentarse por escrito, acompañada del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Iniciado el trámite de registro, el Instituto realiza un examen a fin de determinar si cumple con los requisitos para analizar si es registrable en términos de la Ley.

Si derivado del examen, el IMPI determina que procede el registro del signo propuesto, otorga el título, el cual tiene una vigencia de diez años en el territorio nacional contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, y puede renovarse por periodos de la misma duración.

El tiempo promedio para conceder un registro oscila de 4 a 6 meses, lo que permite a México tener un proceso eficiente a nivel internacional.

Cuarta. - Con el propósito de otorgar seguridad jurídica y eficiencia, en 2013 entró en vigor el tratado internacional denominado Protocolo concerniente al *Arreglo de Madrid* relativo al Registro Internacional de Marcas, que facilita la presentación de la solicitud y la gestión posterior de registros

marcarlos en el extranjero, vía una solicitud internacional en la que se designan los Estados u organizaciones intergubernamentales donde se quiere solicitar la protección.

Esta herramienta simplifica la tramitación de solicitudes a los nacionales ya sean personas físicas, pequeñas, medianas o grandes empresas, que deseen entrar rápidamente al mercado global, pues sólo tienen que presentar una solicitud en idioma español, pagando una tasa con un solo tipo de moneda, con un formato estándar en lugar de presentar solicitudes independientes en las oficinas nacionales de propiedad industrial.

En aras de brindar un mejor servicio, el IMPI implementó la tramitación en línea de solicitudes de registro de marcas, avisos comerciales y publicación de nombres comerciales. Esta herramienta de acceso ágil, eficiente y seguro, permite al usuario desde cualquier lugar vía Internet, la captura, pago, firma y envío de la solicitud. Si se presenta de forma correcta y es registrable en términos de Ley, se obtiene el registro de forma fácil y rápida.

Dicho medio de presentación tiene grandes beneficios como el ahorro de dinero, tiempo y disminución de errores en la presentación de la solicitud, lo que se traduce en seguridad jurídica para el usuario y disminución en el tiempo de respuesta.

Asimismo, en el contexto internacional, México es signatario de diversos tratados internacionales de Propiedad Intelectual, como el *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*, el *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual (ADPIC)*, así como de una amplia gama de tratados de libre comercio que establecen capítulos de Propiedad Industrial, por mencionar algunos con la Unión Europea, con Panamá y el *Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN)*.

En todos ellos, se establecen compromisos en materia de Propiedad Industrial y, en específico, nuevos retos en temas marcarios.

Por lo anterior y en virtud de las necesidades específicas que demanda el comercio, es necesaria la modernización de la Ley de la Propiedad Industrial para continuar con el fortalecimiento en el otorgamiento y protección de estos derechos.

Algunos tipos de marcas han quedado rezagados por faltos de regulación, tal es el caso de las marcas de certificación, marcas olfativas y sonoras y, en otros casos, se requiere actualizar el procedimiento para su mejor utilización y protección, a efecto de brindar certeza jurídica en su otorgamiento y aprovechamiento.

Quinta. – Que al incluir estas nuevas figuras de protección tendrá una apertura de oportunidades para todos los sectores productivos. Asimismo, buscará generar los medios idóneos para prevenir y reprimir los actos de competencia desleal.

Al retomar y enriquecer figuras contenidas en otras legislaciones y en tratados internacionales de los que México es parte, atiende las necesidades nacionales, la mayoría observadas en la práctica de la Propiedad Industrial.

A continuación se presenta un cuadro comparativo entre las iniciativas presentadas y la Minuta enviada por la Colegisladora.

Ley de la Propiedad de Industrial			
Texto Vigente	Texto Iniciativa	Texto Cámara de Diputados	Texto Senado de la República
<p>Artículo 58.- El interesado tendrá un plazo adicional de dos meses para cumplir los requisitos a que se refieren los artículos 44, 50, 55 y 57 de esta Ley, sin que medie solicitud y comprobando el pago de la tarifa que corresponda al mes en que se dé cumplimiento.</p>	<p>Artículo 58.- ...</p>	<p>...</p>	<p>...</p>
<p>El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.</p>	<p>El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.</p>	<p>...</p>	<p>...</p>
<p>La solicitud se tendrá por abandonada si el solicitante no da cumplimiento a los requerimientos formulados, dentro del plazo inicial o en el</p>	<p>...</p>	<p>...</p>	<p>...</p>

<p>adicional previsto en este artículo; o no presenta el comprobante de pago de las tarifas correspondientes.</p>			
<p>Artículo 87.- 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.</p>	<p>Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.</p>	<p>...</p>	<p>...</p>
<p>Artículo 88.- Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.</p>	<p>Artículo 88.- Se entiende por marca todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representación gráfica, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.</p>	<p>Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.</p>	<p>Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.</p>

Artículo 89.- Pueden constituir una marca los siguientes signos:	Artículo 89.-
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;	I.- Las letras, números, denominaciones, elementos figurativos y combinaciones de colores;	I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;	I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;
II.- Las formas tridimensionales;	II.-
III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente, y	III.-
IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.	IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;
Sin correlativo	V.- Los sonidos;

Sin correlativo	VI.- Los olores;
Sin correlativo	VII.- La pluralidad de elementos operativos o de imagen , incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque e la decoración que al combinarse, distinguan productos o servicios en el mercado; y	VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distinguan productos o servicios en el mercado; y	VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distinguan productos o servicios en el mercado; y
Sin correlativo	VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.
Artículo 90.- No serán registrables como marca:	Artículo 90.-
I.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes, que se expresan de manera dinámica, aun cuando sean visibles;	I.- Los signos animados o cambiantes , que se expresan de manera dinámica, aun cuando sean perceptibles por los sentidos;	I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o	I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o

		en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;	en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;
II.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden 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;	II.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas frases, denominaciones o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;	II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad; así como, la forma usual y corriente de los productos o servicios, o; la impuesta por su naturaleza o funcionalidad;	II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad; así como, la forma usual y corriente de los productos o servicios, o; la impuesta por su naturaleza o funcionalidad;
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 distingue fácilmente, así como la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su	III.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad, así como la forma usual y corriente de los productos o servicios, o la impuesta por su	III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;	III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;

naturaleza o función industrial;	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;	IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que traten de protegerse como marca . Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios ;	IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que pretenden distinguir . Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;	IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que pretenden distinguir . Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;
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	V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de otros signos que les den un carácter distintivo;

les den un carácter distintivo.			
VI.- La traducción a otros idiomas , la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables;	VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, así como la transliteración de signos 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;	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, emblemas o cualquier otro signo de organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así	VII.- Los signos que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier otro signo de instrumentos internacionales, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así	VII.- Los signos que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier otro signo de instrumentos internacionales, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así

	como la designación verbal de los mismos;	como la designación verbal de los mismos;	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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;	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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier 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;	IX.- Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, signos 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 o comunes, y los mapas, así como los	X.-

<p>gentilicios, nombres y adjetivos, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia;</p>			
<p>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 sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario;</p>	<p>XI.- Las denominaciones o signos que identifiquen poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos. Así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;</p>	<p>XI.- Las denominaciones de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de lugares, que se caractericen por la fabricación o producción de ciertos productos o la prestación de ciertos servicios; así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;</p>	<p>XI.- Las denominaciones de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de lugares, que se caractericen por la fabricación o producción de ciertos productos o la prestación de ciertos servicios; así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;</p>

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;	XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles, a menos que se tenga el consentimiento del propietario;	XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;	XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;
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;	XIII.- Los nombres, apellidos, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;	XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el	XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el

		derecho correspondiente.	derecho correspondiente.
Sin correlativo	Sin correlativo	Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;	Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;
XIV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios que pretenda amparar;	XIV.- La reproducción o imitación 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.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo	XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo

		que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.	que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.
Sin correlativo	Sin correlativo	Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.	Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.
Sin correlativo	Sin correlativo	Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el	Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el

		consentimiento de éste;	consentimiento de éste;
XV.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.	XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales los que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial de los productos o servicios que pretenda amparar la marca cuyo registro se solicita;	XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;	XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;
Este impedimento procederá en cualquier caso en que el uso de la marca cuyo registro se solicita:
a) Pudiese crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida; e	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
b) Pudiese constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.

notoriamente conocida; e			
c) Pudiese causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida; o	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
d) Pudiese diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida; y	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
XV. — BIS. Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del capítulo II BIS, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.	XVI.- Los signos iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:	XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:	XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa.	a) Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;
	b) Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;
	c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida; o
	d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.
	Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;
XVI.- Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra en trámite de registro presentada con	XVII.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado	XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya	XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya

<p>anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Sin embargo, si podrá registrarse una marca que sea idéntica a otra ya registrada, si la solicitud es planteada por el mismo titular, para aplicarla a productos o servicios similares, y</p>	<p>famosa en términos del Capítulo II BIS, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.</p>	<p>declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.</p>	<p>declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;</p>	<p>...</p>	<p>...</p>
<p>XVI.- Una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Sin embargo, si podrá registrarse una marca que sea idéntica a otra ya registrada, si la solicitud es planteada por el mismo titular, para aplicarla a</p>	<p>XVIII.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir</p>	<p>XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir</p>	<p>XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir</p>

productos o servicios similares, y	productos o servicios idénticos;	productos o servicios idénticos;	productos o servicios idénticos;
<p>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.</p>	<p>XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;</p>	<p>...</p>	<p>...</p>

Sin correlativo	XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios, y
Sin correlativo	XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten variedades vegetales protegidas, o razas animales.	XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y	XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y
Sin correlativo	Sin correlativo	XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y	XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y

		prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.	prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.
Sin correlativo	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones II, III y IV del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio en el territorio nacional.	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.
Sin correlativo	Sin correlativo	No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiéndose que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad	No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiéndose que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad

		adquiera distintividad.	adquiera distintividad.
Sin correlativo	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII y XIX del presente artículo, cuando se exhiba el convenio de coexistencia, de conformidad con el reglamento de esta Ley.	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.
Capítulo II De las Marcas Colectivas	Capítulo II De las Marcas Colectivas y de Certificación.	Capítulo II De las Marcas Colectivas y de Certificación.	Capítulo II De las Marcas Colectivas y de Certificación.
Artículo 96.- Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir, en el mercado, los productos o servicios	Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los

de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.	productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.		
Sin correlativo	Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término “Marca Colectiva Registrada”.
Artículo 97.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso.	Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:
Sin correlativo	I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;
Sin correlativo	II.- El signo de la marca;	II.- La representación de la marca;	II.- La representación de la marca;

Sin correlativo	III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;
Sin correlativo	IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;
Sin correlativo	V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasamiento ;	V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasado ;	V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasado ;
Sin correlativo	VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;
Sin correlativo	VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;
Sin correlativo	VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento a las reglas de uso;	VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;	VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
Sin correlativo	IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y

Sin correlativo	X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.
Sin correlativo	En el caso de la IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.
Artículo 98. - La marca colectiva no podrá ser transmitida a terceras personas y su uso quedará reservado a los miembros de la asociación.	Artículo 97 BIS 1. - La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.
Las marcas colectivas se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.
Sin correlativo	Artículo 98. - Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas

	por su titular, tales como:		
Sin correlativo	I.- Los componentes de los productos;
Sin correlativo	II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;
Sin correlativo	III.- La calidad u otras características de los productos o servicios, y	III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y	III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y
Sin correlativo	IV.- El origen geográfico de los productos.
Sin correlativo	Artículo 98 BIS.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra

	característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.		
Sin correlativo	En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.
Sin correlativo	Artículo 98 BIS 1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.
Sin correlativo	Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica

	nacional, sólo podrán solicitar el registro;		
Sin correlativo	I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;
Sin correlativo	II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;
Sin correlativo	III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y
Sin correlativo	IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.
Sin correlativo	Artículo 98 BIS 2.- La solicitud de registro de una marca de

	certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:		
Sin correlativo	I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;
Sin correlativo	II.- El signo de la marca;	II.- La representación de la marca;	II.- La representación de la marca;
Sin correlativo	III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres específicos del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;	III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;	III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;
Sin correlativo	IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;

Sin correlativo	V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;
Sin correlativo	VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento a las reglas de uso;	VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;	VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
Sin correlativo	VII.- La indicación de que la marca no podrá ser licenciada;	VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;	VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;
Sin correlativo	VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;
Sin correlativo	IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional; y

Sin correlativo	X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.
Sin correlativo	Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.
Sin correlativo	En el caso de la VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.
Sin correlativo	Artículo 98 BIS 3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumpla las condiciones determinadas en las reglas para su uso.	Artículo 98 BIS 3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.	Artículo 98 BIS 3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.
Sin correlativo	Las marcas de certificación se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Sin correlativo	Artículo 98 BIS 4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.
Sin correlativo	Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".
Sin correlativo	En caso de las marcas de certificación que protejan indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III De la Autorización para su Uso.
CÁPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas	CÁPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas	CÁPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas	CÁPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas

<p>Artículo 98 bis. Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.</p> <p>Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea</p>	<p>...</p>	<p>Artículo 98 TER. Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.</p> <p>Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la</p>	<p>Artículo 98 TER. Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.</p> <p>Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la</p>
--	------------	--	--

<p>conocida por la mayoría del público consumidor.</p> <p>A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley</p>		<p>mayoría del público consumidor.</p> <p>A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley</p>	<p>mayoría del público consumidor.</p> <p>A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley</p>
<p>Artículo 98 BIS-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.</p>	<p>Artículo 98 BIS-1.- ...</p>	<p>Artículo 98 TER 1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.</p>	<p>Artículo 98 TER 1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.</p>
<p>Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XV y XV BIS, para la protección de marcas</p>	<p>...</p>	<p>Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas</p>	<p>Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas</p>

notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.		notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.	notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.
Sin embargo, para que el titular de una marca pueda obtener declaratoria, la misma debe estar registrada en México y amparar los productos o servicios en los que la marca originó su notoriedad o fama.	...	Sin correlativo	Sin correlativo
Artículo 98 BIS-2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante deberá aportar, entre otros, los siguientes datos:	...	Artículo 98 TER 2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante aportará los siguientes datos:	Artículo 98 TER 2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante aportará los siguientes datos:
I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o	...	I.- a XII.- ...	I.- a XII.- ...

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

en el extranjero.			
V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...		
VI. Los canales de comercialización en México y en su caso en el extranjero.	...		
VII. Los medios de difusión de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...		
VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...		
IX. La inversión realizada durante los 3 últimos años en publicidad o promoción de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...		
X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.	...		
XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos	...		

por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos 3 años.			
XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.	...		
XIII. Los registros de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.	XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.
XIV. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.	...	XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.	XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.
XV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.	...	Sin correlativo	Sin correlativo
Artículo 98 BIS-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las	...	Artículo 98 TER 3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las	Artículo 98 TER 3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las

condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XV o el previsto en la fracción XV BIS, de manera expedita.		condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.	condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.
La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.	...	La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.	La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.
Artículo 98 BIS-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y	...	Artículo 98 TER 4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y	Artículo 98 TER 4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y

promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:		promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:	promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:
I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono, fax y correo electrónico del solicitante y en su caso de su apoderado;	...	I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y	I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y
II. La marca y el número de registro que le corresponde, y
III. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.	...	II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.	II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.
Artículo 98 bis-5. Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.	...	Artículo 98 TER-5. Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.	Artículo 98 TER-5. Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.

<p>Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.</p> <p>Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.</p>		<p>Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.</p> <p>Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.</p>	<p>Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.</p> <p>Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.</p>
<p>Artículo 98 bis-6. Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.</p> <p>En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la</p>		<p>Artículo 98 TER-6. Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.</p> <p>En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la</p>	<p>Artículo 98 TER-6. Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.</p> <p>En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la</p>

<p>declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.</p>		<p>declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.</p>	<p>declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.</p>
<p>Artículo 98 BIS-7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama deberán ser publicadas en la Gaceta.</p>	...	<p>Artículo 98 TER 7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama serán publicadas en la Gaceta.</p>	<p>Artículo 98 TER 7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama serán publicadas en la Gaceta.</p>
<p>Artículo 98 BIS-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria:</p>	...	<p>Artículo 98 TER 8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:</p>	<p>Artículo 98 TER 8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:</p>
<p>Cuando se haya otorgado en contravención a las disposiciones de este Capítulo.</p>	...	<p>I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y</p>	<p>I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y</p>
<p>Cuando las pruebas en las que se sustente</p>	...	<p>II.- Se hubiese concedido a quien no</p>	<p>II.- Se hubiese concedido a quien no</p>

la declaratoria sean falsas.		tuviera derecho a obtenerla.	tuviera derecho a obtenerla.
Cuando se haya otorgado con base en una incorrecta valoración de las pruebas.
Cuando se hubiese concedido a quien no tuviera derecho de obtenerla.
Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.	...	Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.	Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.
Cuando el o los registros marcarios que sirvieron de base para emitir la declaratoria, se nulifiquen, caduquen o cancelen, la declaratoria perderá su valor probatorio.
Artículo 98 Bis-9.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al o	...	Artículo 98 TER-9.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al	Artículo 98 TER-9.- Para efectos de su transmisión, la declaratoria se considerará ligada al

los registros marcarios que le dieron origen.		o los registros marcarios que le dieron origen.	o los registros marcarios que le dieron origen.
Artículo 113.- ...	Artículo 113.- ...	Artículo 113.- ...	Artículo 113.- ...
I.- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante;	I.- Nombre y domicilio del solicitante;
II.- El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, innominado, tridimensional o mixto;	II.- La representación del signo que constituya la marca;
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. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca;	III.- La fecha de primer uso de la marca, la cual podrá ser retirada pero no modificada ulteriormente, o, en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca;	III.- La fecha de primer uso de la marca en México, o en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se entenderá que no se ha usado la marca;	III.- La fecha de primer uso de la marca en México, o en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se entenderá que no se ha usado la marca;
IV.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca, y	IV.- Los productos o servicios específicos a que se aplicará la marca, y
V.- Los demás que prevenga el	V.-

reglamento de esta Ley.			
Artículo 115.- En los ejemplares de la marca que se presenten con la solicitud no deberán aparecer palabras o leyendas que puedan engañar o inducir a error al público. Cuando la solicitud se presente para proteger una marca innominada o tridimensional, los ejemplares de la misma no deberán contener palabras que constituyan o puedan constituir una marca, a menos de que se incluya expresamente reserva sobre la misma.	Artículo 115.- (Se deroga).	Artículo 115.- (Se deroga).	Artículo 115.- (Se deroga).
Artículo 120.- Cualquier persona que considere que la solicitud publicada se encuentra en alguno de los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley podrá oponerse a su registro, dentro del	Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de dos meses, contados a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se	Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la	Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la

<p>plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación respectiva.</p>	<p>oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.</p>	<p>solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.</p>	<p>solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.</p>
<p>La oposición deberá presentarse por escrito, acompañada de la documentación que se estime conveniente, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>	<p>La oposición deberá presentarse por escrito, acompañada de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>	<p>La oposición deberá presentarse por escrito, acompañarse de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>	<p>La oposición deberá presentarse por escrito, acompañarse de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>
<p>Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del presente artículo, el Instituto publicará en la Gaceta, a más tardar en los diez días hábiles siguientes, un listado de las solicitudes en las cuales se haya presentado oposición al registro.</p>	<p>(Se deroga).</p>	<p>(Se deroga).</p>	<p>(Se deroga).</p>
<p>La oposición a la solicitud no suspenderá el trámite, ni atribuirá a la persona que la</p>	<p>(Se deroga).</p>	<p>(Se deroga).</p>	<p>(Se deroga).</p>

<p>hubiere presentado el carácter de interesado, tercero o parte. Tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.</p>			
<p>Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del presente artículo, el Instituto publicará en la Gaceta, a más tardar en los diez días hábiles siguientes, un listado de las solicitudes en las cuales se haya presentado oposición al registro.</p>	(Se deroga).	(Se deroga).	(Se deroga).
<p>El solicitante podrá manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con las causas, impedimentos o anterioridades citadas en la oposición, dentro del plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la</p>	(Se deroga).	(Se deroga).	(Se deroga).

publicación respectiva.			
La oposición, así como las manifestaciones del solicitante podrán ser consideradas por el Instituto durante el examen de fondo de la solicitud.	(Se deroga).	(Se deroga).	(Se deroga).
Sin correlativo.	Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de dos meses , contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición, y, en su caso, presente pruebas.	Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes , contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.	Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes , contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase

	de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.		
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de diez días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Concluido dicho plazo, se realizará el examen de fondo de la solicitud.	Artículo 120 BIS 2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.	Artículo 120 BIS 2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 3.- La oposición al registro o publicación de una

	solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.		
Sin correlativo	Artículo 120 BIS 4.- Una vez otorgado el registro de marca o aviso comercial o publicado el nombre comercial, no procederá la solicitud de declaración administrativa de nulidad prevista en las fracciones I y IV del artículo 151 de esta Ley, cuando el solicitante de dicho procedimiento hubiere presentado previamente una oposición a la solicitud de registro o publicación correspondiente, en los términos de esta Ley.	Se suprime	Se suprime
Artículo 122 BIS.- El interesado tendrá un plazo adicional de dos meses para cumplir los requisitos a que se refiere el artículo	Artículo 122 BIS.-

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 anterior.	El plazo adicional, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en el artículo 122 anterior.
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.
Artículo 124.- Si el impedimento se refiere a la existencia de uno o varios registros de marcas idénticas o similares en grado de confusión sobre los cuales exista o se presente	Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios	Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios	Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios

<p>procedimiento de nulidad, caducidad o cancelación, a petición de parte o de oficio, el Instituto suspenderá el trámite de la solicitud hasta que se resuelva el procedimiento respectivo.</p>	<p>registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.</p>	<p>registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.</p>	<p>registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo.</p>	<p>Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.</p>	<p>Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.</p>
<p>Artículo 125.- Concluido el trámite</p>	<p>Artículo 125.- ...</p>	<p>...</p>	<p>...</p>

de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá el título.			
En caso de que el Instituto niegue el registro de la marca, lo comunicará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.
En su caso el Instituto comunicará por escrito al oponente de la solicitud los datos del título expedido o los de la resolución que negó el registro, según corresponda.	El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.
Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título un comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:	Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:
I.- Número de registro de la marca;	I.-

II.- Signo distintivo de la marca , mencionando si es nominativa, innominada, tridimensional o mixta ;	...	II.- El signo que constituye la marca;	II.- El signo que constituye la marca;
III.- Productos o servicios a que se aplicará la marca;	III. a V.- ...	III. a V.- ...	III. a V.- ...
IV.- Nombre y domicilio del titular;			
V.- Ubicación del establecimiento, en su caso;			
VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición, y	VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición; y
VII.- Su vigencia.	VII.- Vigencia.
Sin correlativo	Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128.- La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada o con modificaciones que no alteren su carácter distintivo.	Artículo 128.- La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada.	Artículo 128.- ...	Artículo 128.- ...
Sin correlativo	Sin correlativo	El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.	El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.
Sin correlativo	Sin correlativo	Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.	Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.
Sin correlativo	Sin correlativo	Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.	Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.
Artículo 131.- La estentación de la leyenda "marca registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrá realizarse	Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación

<p>en el caso de los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.</p>	<p>Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.</p>		
<p>Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia del registro. Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará.</p>	<p>Artículo 133.- ...</p>	<p>Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.</p>	<p>Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Sin correlativo</p>	<p>La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al</p>	<p>La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al</p>

		vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.	vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.
Sin correlativo	Sin correlativo	Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.	Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.
Sin correlativo	Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX.	Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.	Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.
Artículo 134.- La renovación del registro de una marca solo procederá si el interesado presenta el comprobante del	Sin correlativo	Artículo 134.- (Se deroga).	Artículo 134.- (Se deroga).

<p>pago de la tarifa correspondiente y manifiesta, por escrito y bajo protesta de decir verdad, usar la marca en por lo menos uno de los productos o servicios a los que se aplique y no haber interrumpido dicho uso por un plazo igual o mayor al contemplado en el artículo 130 de esta Ley, sin causa justificada.</p>			
<p>Artículo 135.- Si una misma marca se encuentra registrada para proteger determinados productos o servicios, bastará que proceda la renovación en alguno de dichos registros para que su uso surta efectos y beneficie a todos los registros, previa presentación del comprobante de pago de las tarifas correspondiente</p>	<p>Sin correlativo</p>	<p>Artículo 135.- (Se deroga).</p>	<p>Artículo 135.- (Se deroga).</p>
<p>Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se</p>	<p>Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se</p>	<p>...</p>	<p>...</p>

considerarán ligados los registros de las marcas de un mismo titular, cuando dichas marcas sean idénticas y amporen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.	considerarán ligados los registros o solicitudes en trámite de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amporen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.		
Artículo 146.- Cuando el titular de registros de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.	Artículo 146.- Cuando el titular de registros o solicitudes en trámite de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.
Artículo 151.- El registro de una marca será nulo cuando:	Sin correlativo	Artículo 151.- ...	Artículo 151.- ...
I.- Se haya otorgado en contravención de	Sin correlativo	I.- a III.- ...	I.- a III.- ...

<p>las disposiciones de esta Ley o la que hubiese estado vigente en la época de su registro.</p>			
<p>No obstante lo dispuesto en esta fracción, la acción de nulidad no podrá fundarse en la impugnación de la representación legal del solicitante del registro de la marca;</p>	<p>Sin correlativo</p>		
<p>II.- La marca sea idéntica o semejante en grado de confusión, a otra que haya sido usada en el país o en el extranjero con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de la marca registrada y se aplique a los mismos o similares productos o servicios, siempre que, quien haga valer el mejor derecho por uso anterior, compruebe haber usado una marca ininterrumpidamente en el país o en el extranjero, antes de la fecha de presentación o, en su caso, de la</p>	<p>Sin correlativo</p>		

fecha de primer uso declarado por el que la registró;			
III.- El registro se hubiera otorgado con base en datos falsos contenidos en su solicitud;	Sin correlativo		
IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares; y	Sin correlativo	IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;	IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;
V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro a su nombre de esta u otra similar en grado de confusión, sin el consentimiento	Sin correlativo	V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta , de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra semejante en grado	V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta , de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra semejante en grado

expreso del titular de la marca extranjera.		de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y	de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y
Sin correlativo	Sin correlativo	VI.- Se haya obtenido de mala fe.	VI.- Se haya obtenido de mala fe.
Las acciones de nulidad que se deriven del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta, excepto las relativas a las fracciones I y V que podrán ejercitarse en cualquier tiempo y a la fracción II que podrá ejercitarse dentro del plazo de tres años.	...	Las acciones de nulidad previstas en las fracciones II, III y IV del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y VI podrán ejercitarse en cualquier tiempo.	Las acciones de nulidad previstas en las fracciones II, III y IV del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y VI podrán ejercitarse en cualquier tiempo.
Artículo 152.- El registro caducará en los siguientes casos:	Sin correlativo	Artículo 152.- ...	Artículo 152.- ...
I.- Cuando no se renueve en los términos de esta Ley, y	Sin correlativo

<p>II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto.</p>	<p>Sin correlativo</p>	<p>II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y</p>	<p>II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>Sin correlativo</p>	<p>III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.</p>	<p>III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.</p>
<p>Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refiere la fracción I del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración</p>	<p>Sin correlativo</p>	<p>Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refieren las fracciones I y III del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración</p>	<p>Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refieren las fracciones I y III del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración</p>

administrativa por parte del Instituto.		administrativa por parte del Instituto.	administrativa por parte del Instituto.
<p>Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente, en su caso. La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano; en el caso de la falta de pago de la tarifa, el Instituto requerirá al promoviente, otorgándole un plazo de cinco días hábiles por única vez, para que subsane su omisión, y sólo en caso de que el particular no atienda el apercibimiento, desechará de plano la solicitud o promoción.</p>	<p>Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, en su caso, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.</p>	<p>...</p>	<p>...</p>
<p>Sin correlativo</p>	<p>La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.</p>	<p>...</p>	<p>...</p>

Sin correlativo	Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.
Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional y deberá comunicar al Instituto cualquier cambio del mismo. En caso de que no se dé el aviso de cambio de domicilio, las notificaciones se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.	Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.
Sin correlativo	El Instituto notificará a través de la Gaceta

	<p>todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.</p>		
<p>En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente ley, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas dentro de los mismos, así como todas aquellas dictadas en procedimientos seguidos en rebeldía, podrán ser notificadas a las partes por estrados en el instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible</p>	<p>En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, incluyendo aquellos seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el primer</p>

realizarla en el domicilio al que se refiere el párrafo anterior.	párrafo del presente artículo.		
Sin correlativo	El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.	El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.	El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.
Artículo 184.- En los plazos fijados por esta Ley en días, se computarán únicamente los hábiles; tratándose de términos referidos a meses o años, el cómputo se hará de fecha a fecha, considerando incluso los días inhábiles.	Artículo 184.-
Los plazos empezarán a correr al día	Los plazos empezarán a correr al día hábil

siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día siguiente de aquél en que se ponga en circulación,	siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día hábil siguiente de aquél en que se ponga en circulación.		
Artículo 213.- Son infracciones administrativas:	Sin correlativo	Artículo 213.- ...	Artículo 213.- ...
I. a VI.- . . .	Sin correlativo	I. a VI.- . . .	I. a VI.- . . .
VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV y XV del artículo 90 de esta Ley;	Sin correlativo	VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX del artículo 90 de esta Ley;	VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX del artículo 90 de esta Ley;
VIII. a XXXIII.- . . .	Sin correlativo	VIII. a XXXIII.- . . .	VIII. a XXXIII.- . . .
Sin correlativo	TRANSITORIOS	TRANSITORIOS	TRANSITORIOS
Sin correlativo	PRIMERO.- El presente Decreto	PRIMERO.- El presente Decreto	PRIMERO.- El presente Decreto

	entrará en vigor a los treinta sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.	entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.	entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.
Sin correlativo	SEGUNDO.- Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

V. Resolutivo

En virtud de las consideraciones descritas, las Comisiones Dictaminadoras consideran aprobar en sus términos la Minuta materia del presente dictamen, y someten a consideración de esta Honorable Asamblea el siguiente:

DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

ARTÍCULO ÚNICO.- Se **reformen** el artículo 58, segundo párrafo; el artículo 87; el artículo 88; el artículo 89, fracciones I, III y IV; el artículo 90, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI y XVII; la denominación del Capítulo II del Título Cuarto; el artículo 96; el artículo 97; el artículo 98; el artículo 98 BIS; el artículo 98 BIS-1; el artículo 98 BIS-2; el artículo 98 BIS-3, el artículo 98 BIS-4; el artículo 113, fracciones I, II, III y IV; el artículo 120; el artículo 122 BIS, segundo párrafo; el artículo 124; el artículo 125, tercer párrafo; el artículo 126, primer párrafo, fracciones II, VI y VII; el artículo 131; el artículo 133, primer párrafo; el artículo 145; el artículo 146; el artículo 151,

fracciones IV y V, y último párrafo; el artículo 152, fracción II; el artículo 155; el artículo 180; el artículo 183; el artículo 184, segundo párrafo; y el artículo 213, fracción VII. Se **adicionan** el artículo 89, con las fracciones V, VI, VII y VIII; el artículo 90, con un párrafo a la fracción XIII, con dos párrafos a la fracción XIV, con los incisos a), b), c), d) y un párrafo a la fracción XVI y con las fracciones XVIII, XIX, XX, XXI, XXII y con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 97 BIS; el artículo 97 BIS-1; el artículo 98 TER; el artículo 98 TER-1; el artículo 98 TER-2; el artículo 98 TER-3; el artículo 98 TER-4; el artículo 98 TER-5; el artículo 98 TER-6; el artículo 98 TER-7; el artículo 98 TER-8; el artículo 98 TER-9; el artículo 120 BIS; el artículo 120 BIS-1; el artículo 120 BIS-2; el artículo 120 BIS-3; el artículo 124, con un segundo párrafo; el artículo 126, con un segundo párrafo; el artículo 128, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 133, con segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 151, con una fracción VI; el artículo 152, con una fracción III; el artículo 180, con un segundo y tercer párrafos; el artículo 183, con un segundo y cuarto párrafos, pasando el actual segundo a ser tercer párrafo. Y se **derogan** el artículo 90, fracción XV-BIS; el artículo 98 BIS-5; el artículo 98 BIS-6; el artículo 98 BIS-7; el artículo 98 BIS-8; el artículo 98 BIS-9; el artículo 115; el artículo 120, tercer, cuarto, quinto y sexto párrafos; el artículo 134; y el artículo 135 de la Ley de la Propiedad Industrial para quedar como sigue:

Artículo 58.- ...

El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.

...

Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89.- ...

I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;

II.- ...

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente;

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;

V.- Los sonidos;

VI.- Los olores;

VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado; y

VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.

Artículo 90.- ...

I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;

II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de **distintividad**; así como, la forma usual y corriente de los productos o servicios, o; la impuesta por su naturaleza o **funcionalidad**;

III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de **distintividad**;

IV.- Los **signos** que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que **pretenden distinguir**. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;

V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de **otros signos** que les den un carácter distintivo;

VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, **así como la transliteración de signos no registrables**;

VII.- Los **signos** que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, **estado**, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier **otro signo de instrumentos internacionales**, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;

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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX.- Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, signos o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X.- ...

XI.- Las denominaciones de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de lugares, que se caractericen por la fabricación o producción de ciertos productos o la prestación de ciertos servicios; así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;

XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;

XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el derecho correspondiente.

Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente.

XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.

Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.

Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;

XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;

XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:

- a) **Crear** confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;
- b) **Constituir** un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;
- c) **Causar** el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o
- d) **Diluir** el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;

XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;

XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;

XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios;

XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y

XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.

No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiéndose que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.

Capítulo II De las Marcas Colectivas y de Certificación

Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.

Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".

Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:

- I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;
- II.- La representación de la marca;
- III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;
- IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;

V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasado;

VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;

VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;

VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;

IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y

X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 97 BIS-1.- La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.

Las marcas colectivas se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas por su titular, tales como:

I.- Los componentes de los productos;

II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;

III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y

IV.- El origen geográfico de los productos.

Artículo 98 BIS.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.

Artículo 98 BIS-1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.

Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:

I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;

II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;

III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y

IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.

Artículo 98 BIS-2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:

I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;

II.- La representación de la marca;

III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;

IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;

V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;

VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;

VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;

VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;

IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional, y

X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.

En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 98 BIS-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Las marcas de certificación se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98 BIS-4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".

En caso de las marcas de certificación que protejan Indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III De la Autorización para su Uso.

CÁPITULO II BIS

De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas

Artículo 98 TER. Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.

Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.

A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley.

Artículo 98 TER-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba

aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.

Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.

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

I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

IV. La fecha de primer uso de la marca en México y en su caso en el extranjero.

V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y en su caso en el extranjero.

VI. Los canales de comercialización en México y en su caso en el extranjero.

VII. Los medios de difusión de la marca en México y en su caso en el extranjero.

VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y en su caso en el extranjero.

IX. La inversión realizada durante los 3 últimos años en publicidad o promoción de la marca en México y en su caso en el extranjero.

X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.

XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos 3 años.

XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.

XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.

XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.

Artículo 98 TER-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.

La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.

Artículo 98 TER-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:

I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y

II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.

Artículo 98 TER-5. Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.

Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.

Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.

Artículo 98 TER-6. Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.

En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.

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

Artículo 98 TER-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:

I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y

II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.

Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.

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

Artículo 113.- ...

I.- Nombre y domicilio del solicitante;

II.- La representación del signo que constituya la marca;

III.- La fecha de primer uso de la marca en México, o en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se entenderá que no se ha usado la marca;

IV.- Los productos o servicios específicos a los que se aplicará la marca, y

V.- ...

Artículo 115.- (Derogado).

Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.

La oposición deberá presentarse por escrito, acompañarse de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.

Artículo 120 BIS-1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.

Artículo 120 BIS-2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.

Artículo 120 BIS-3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.

Artículo 122 BIS.- ...

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

...

Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.

Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.

Artículo 125.- ...

...

El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.

Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:

I.- ...

II.- El signo que constituye la marca;

III.- a V.- ...

VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición; y

VII.- Vigencia.

Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128.- ...

El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.

Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.

Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.

Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.

Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.

La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.

Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.

Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.

Artículo 134.- (Se deroga).

Artículo 135.- (Se deroga).

Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros o solicitudes en trámite de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.

Artículo 146.- Cuando el titular de registros o solicitudes en trámite de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.

Artículo 151.- ...

I.- a III.- ...

IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;

V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta, de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra semejante en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y

VI.- Se haya obtenido de mala fe.

Las acciones de nulidad previstas en las fracciones II, III y IV del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y VI podrán ejercitarse en cualquier tiempo.

Artículo 152.- ...

I.- ...

II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y

III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.

Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal,

cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refieren las fracciones I y III del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.

Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, en su caso, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.

Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.

Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.

El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.

En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, incluyendo aquellos seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el párrafo **primer párrafo el presente artículo.**

El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.

Artículo 184.- ...

Los plazos empezarán a correr al día **hábil** siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día **hábil** siguiente de aquél en que se ponga en circulación.

Artículo 213.- ...

I.- a VI.- ...

VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX del artículo 90 de esta Ley;

VIII.- a XXXIII .- ...

TRANSITORIOS

PRIMERO. - El presente Decreto entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO. - Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

Sala de Comisiones del Senado de la República, a los 15 días del mes de marzo del año Dos Mil Dieciocho.

22-03-2018 y 03-04-2018

Cámara de Senadores.

DICTAMEN de las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos, con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial, en materia de reconocimiento de marcas.

Aprobado en lo general y en lo particular, por 75 votos en pro, 0 en contra y 0 abstenciones.

Se turnó al Ejecutivo Federal para sus efectos constitucionales.

Diario de los Debates 21 de marzo de 2018.

Discusión y votación 22 de marzo de 2018 y 3 de abril de 2018.

DISCUSIÓN DEL DICTAMEN DE LAS COMISIONES UNIDAS DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL; Y DE ESTUDIOS LEGISLATIVOS, CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, EN MATERIA DE RECONOCIMIENTO DE MARCAS

DIARIO DE LOS DEBATES

**Sesión Pública Ordinaria Celebrada
en la Ciudad de México, el 22 de Marzo de 2018**

Tenemos la segunda lectura del dictamen de las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos, con proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial, en materia de reconocimiento de marcas.

(Dictamen de segunda lectura)

Debido a que el dictamen se encuentra publicado en la Gaceta Parlamentaria de este día, consulte la Secretaría a la Asamblea, en votación económica, si se omite su lectura.

La Secretaria Senadora Martha Palafox Gutiérrez: Consulto a la Asamblea, en votación económica, si se omite la lectura del anterior dictamen. Quienes estén porque se omita, favor de levantar la mano.

(La Asamblea asiente)

Quienes estén porque no se omita, favor de levantar la mano.

(La Asamblea asiente)

Sí se omite la lectura, señor Presidente.

El Presidente Senador David Monreal Ávila: Se concede el uso de la palabra al Senador Héctor Larios Córdova, para presentar el dictamen a nombre de las comisiones.

El Senador Héctor Larios Córdova: Gracias, con el permiso de la Presidencia. De manera muy breve.

Esta es una propuesta de reforma a la Ley de la Propiedad Industrial, que tiene como propósito central homologar nuestra legislación de reconocer la propiedad industrial, en materia de marcas y materia de marcas materia de marcas colectivas a lo que impera en la mayor parte del mundo.

Ahorita, particularmente con Europa, que estamos en un proceso de negociación o de cierre de la negociación de la revisión del Tratado de Libre Comercio y tiene que ver con dos temas, exclusivamente. Cambiar el término tradicional de marca que es todo signo visible que distingue a un producto por un concepto que ya existe en la mayor parte de los países, todo signo perceptible por los sentidos.

Es decir, que no solamente existen marcas visuales, sino que también se puedan registrar marcas olfativas o marcas auditivas. El ejemplo clásico de las marcas auditivas es por ejemplo en Europa está registrada y en varias partes del mundo, la marca auditiva de la motocicleta Harley-Davidson, el ruido característico de ese motor es parte de la marca que está registrada de esa motocicleta, o en casi todo el mundo está registrada para una marca de celulares en particular el ruidito, el sonido, el timbre particular que hacen.

Aquí en México no se pueden registrar porque la legislación habla de marcas como signos visibles, pero se trata de poner en sentido amplio, para que podamos estar acordes a la Organización Mundial de Propiedad Industrial y a lo que existe en la legislación de nuestros socios comerciales.

El otro se refiere a adecuar las marcas colectivas para incluir las marcas de certificación, ese es un tema de enorme valor para México, por ejemplo, alguien tiene un producto y logra que lo certifiquen como producto orgánico, es un pollo orgánico o es cualquier tipo de producto que sea orgánico y está certificado naturalmente que le da un valor a ese producto que pueda registrarlo como esa certificación y sea protegido por la ley, que la ley proteja las certificaciones de productos orgánicos, de coches etcétera.

Eso existe también en otras legislaciones, en marcas colectivas y son los dos únicos cambios que se proponen a la Ley de la Propiedad Industrial.

Es una minuta que nos llegó de la Cámara de Diputados, allá fue aprobada hace un par de semanas y sí es urgente aprobarla rápido, porque hay un tema que está atorado en la negociación del Tratado de Libre Comercio con Europa, que tiene que ver, precisamente, con que México reconozca este tipo de conceptos.

Es cuanto, señor Presidente.

El Presidente Senador David Monreal Ávila: Gracias, Senador Larior Córdova.

En consecuencia, está a discusión en lo general.

Informo a la Asamblea, que para la discusión en lo general de este dictamen se han inscrito los siguientes oradores, Senador Jorge Aréchiga Ávila, del grupo parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, en pro; el Senador Jorge Toledo Luis, que nos hizo llegar el texto de su participación para que se integre al Diario de los Debates.

Tiene el uso de la palabra el Senador Jorge Aréchiga Ávila del grupo parlamentario del Partido Verde Ecologista de México, para hablar a favor del dictamen.

EL Senador Jorge Aréchiga Ávila: Muchas gracias, señor Presidente. Compañeras y compañeros Senadores:

Una de las condiciones indispensables para el desarrollo económico es que los inversionistas, emprendedores y demás actores que depositan su confianza en nuestro país, cuenten con la seguridad de que sus recursos se encuentran debidamente protegidos por las leyes mexicanas.

Esos recursos productivos no sólo se refieren a dinero, instalaciones, infraestructura, inmuebles o capital humano, sino también a bienes materiales como marcas, ideas o diseños que en el ámbito comercial e industrial, distinguen a los diferentes bienes y servicios.

De ahí la importancia de que el sistema jurídico mexicano cuente con una legislación especializada en materia de propiedad industrial con la finalidad de proteger estos bienes jurídicos a pesar de tratarse de objetos inmateriales.

El dictamen a la minuta que se somete hoy a nuestra consideración, precisamente tiene por objeto reformar la Ley de la Propiedad Industrial a fin de actualizar su contenido y adecuarla a la dinámica que impera en la industria nacional e internacional.

De manera particular debemos destacar la ampliación del concepto de marca con la finalidad de que el sistema jurídico mexicano no sólo proteja a las marcas que son perceptibles mediante signos visibles, sino también a cualquier otro medio sensorial como sonidos u olores.

Cabe mencionar que este tipo de marcas no tradicionales ya se encuentran protegidos en otros países como Estados Unidos de América, Japón o la Unión Europea. De tal suerte que estas reformas pondrán a México a la vanguardia de la protección de marcas y, en consecuencia, en un alto nivel de certeza jurídica para la industria.

En el mismo sentido la minuta propone reformar la definición de las marcas colectivas con la finalidad de incorporar en ellas las marcas de certificación y consolidar las reglas para su utilización.

No se debe perder de vista que la certificación tiene como finalidad que los bienes y servicios cuenten con un valor agregado que los distinga de los demás y sean preferidos por los consumidores. De ahí la importancia de contemplar a las marcas de certificación en el régimen de las marcas colectivas reguladas en la ley que nos ocupa.

Finalmente, compañeros, el dictamen que votaremos en los próximos minutos prevé una serie de ajustes encaminados a fortalecer el andamiaje jurídico de la propiedad industrial, para ello se establecen nuevos criterios para la procedencia del registro de las marcas, así como plazos para su vigencia y precisiones para sus procedimientos.

En resumen, estas importantes reformas de la Ley de la Propiedad Industrial fomentarán la competitividad y certidumbre de los agentes económicos, lo cual contribuye al empleo del desarrollo nacional, todo ello de conformidad con los más altos estándares internacionales, la competitividad y el libre mercado que caracteriza la economía mexicana.

Por lo cual los legisladores del Partido Verde nos pronunciamos a favor de la aprobación del presente dictamen.

Es cuanto, señor Presidente.

El Presidente Senador David Monreal Ávila: Gracias, Senador Aréchiga Ávila.

Se inserta intervención del Senador Jorge Toledo Luis.

El Senador Jorge Toledo Luis: Intervención. Con el permiso de la Presidencia. **(1)**

El Presidente Senador David Monreal Ávila: Les informo que la Mesa Directiva no recibió solicitudes para reservar artículos para su discusión en lo particular.

En consecuencia, se reserva el dictamen para su votación nominal en lo general y en lo particular en un solo acto, separada de los demás dictámenes.



Jorge Toledo Luis
SENADOR DE LA REPÚBLICA

LÍNEAS A FAVOR DEL DICTAMEN DE LAS COMISIONES UNIDAS DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL Y DE ESTUDIOS LEGISLATIVOS, A FAVOR DE LA MINUTA QUE CONTIENE PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Con su venia señor Presidente

Compañeras y compañeros legisladores

El objeto de la Ley de la propiedad Industrial es establecer las bases, para que los industriales y comerciantes del país perfeccionen permanentemente sus procesos y productos, impulsado el mejoramiento y la calidad de los bienes y servicios.

Asimismo, favorecer la creatividad y presentación de nuevos productos; al tiempo de proteger la propiedad industrial.



Jorge Toledo Luis
SENADOR DE LA REPÚBLICA

Es por ello, que en el dictamen que nos ocupa, acorde con las nuevas regulaciones existentes a nivel internacional, se modifica el concepto de marca, actualizándolo, ya que en el mundo global en el que vivimos, las marcas aparecen en todas nuestras actividades cotidianas.

Las marcas, son una herramienta indispensable en el mundo empresarial y comercial y a nivel internacional existen una serie de instrumentos internacionales que conforman un marco jurídico internacional en materia de marcas.

En la ampliación del concepto, se reconoce que la marca, llega al consumidor también a través de medios sensoriales diferentes a la vista, como es el olfato, pensemos en las palomitas en el cine.



Jorge Toledo Luis
SENADOR DE LA REPÚBLICA

La adición dentro de la ley, de que la marca podrá contener *signos holográficos*, reconoce las transformaciones que se viven a nivel mundial, de lo que se conoce como *marcas no tradicionales* que diferencian los productos y servicios.

Asimismo, se protege que los nombres técnicos y conceptos del lenguaje corriente, no puedan registrarse como marca.

Al incorporar el concepto *signo* se delimita también la distinción entre las marcas.

En lo referente a las marcas colectivas, en las minuta en comento, se atiende a los preceptos ya establecidos a nivel internacional, de protección de dichas marcas.

Las ventajas que ofrece una marca colectiva, es la garantía, la calidad, la procedencia, y que el consumidor sabe que no será objeto de fraude.



Jorge Toledo Luis
SENADOR DE LA REPÚBLICA

Con estas adecuaciones, las marcas colectivas tendrán una seguridad mayor de reconocimiento en el ámbito internacional y se protegerá a los pequeños productores, que debidamente organizados proyecten en el mercado nacional e internacional su marca colectiva.

La inclusión de las marcas de certificación es la respuesta que el poder legislativo brinda a la demanda de que éstas fueran normadas.

Ya que hasta las presentes reformas, éstas no se encontraban reguladas, tratándose las como marcas tradicionales, aunque éstas garantizan, el procedimiento de fabricación, origen geográfico y la calidad de sus productos.

Esto brinda una seguridad jurídica a los productos certificados y que proceden de determinada zona geográfica, como es el caso del mezcal oaxaqueño.



Jorge Toledo Luis
SENADOR DE LA REPÚBLICA

Una de las grandes ventajas de las marcas de certificación es que se otorgan a productos que cumplen con requisitos establecidos, sin tener que pertenecer a alguna agrupación o entidad.

Con la marca de certificación los pequeños productores tendrán la protección normativa que faltaba dentro de nuestra ley de protección industrial.

Es por ello, que los invito a votar a favor del presente dictamen.

Es cuanto señor Presidente

22-03-2018 y 03-04-2018

Cámara de Senadores.

DICTAMEN de las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos, con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Propiedad Industrial, en materia de reconocimiento de marcas.

Aprobado en lo general y en lo particular, por 75 votos en pro, 0 en contra y 0 abstenciones.

Se turnó al Ejecutivo Federal para sus efectos constitucionales.

Diario de los Debates 21 de marzo de 2018.

Discusión y votación 22 de marzo de 2018 y 3 de abril de 2018.

DISCUSIÓN DEL DICTAMEN DE LAS COMISIONES UNIDAS DE COMERCIO Y FOMENTO INDUSTRIAL; Y DE ESTUDIOS LEGISLATIVOS, CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL, EN MATERIA DE RECONOCIMIENTO DE MARCAS

DIARIO DE LOS DEBATES

**Sesión Pública Ordinaria Celebrada
en la Ciudad de México, el 03 de Abril de 2018**

El Presidente Senador Ernesto Cordero Arroyo: Pasamos a la votación del dictamen de las Comisiones Unidas de Comercio y Fomento Industrial; y de Estudios Legislativos, con proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial, en materia de reconocimiento de marcas.

(Dictamen a votación)

En este dictamen intervinieron el Senador Héctor Larios Córdova, quien presentó el dictamen a nombre de las comisiones y el Senador Jorge Aréchiga Ávila, del grupo parlamentario del Partido Verde Ecologista de México.

Háganse los avisos a que se refiere el artículo 58 del Reglamento para informar de la votación. Ábrase el sistema electrónico por 3 minutos para recoger la votación nominal del proyecto de Decreto en lo general y en lo particular en un solo acto.

(VOTACIÓN)

El Secretario Senador Juan Gerardo Flores Ramírez: Pregunto si falta alguna Senadora o Senador de emitir su voto. Senadora Itzel Ríos, a favor; Senador Cavazos Lerma, a favor; Senador Luis Sánchez, a favor; Senadora Layda Sansores, a favor; Senadora Gabriela Guevara, a favor.

Señor Presidente, se emitieron 75 votos a favor, cero en contra y cero abstenciones.

El Presidente Senador Ernesto Cordero Arroyo: Está aprobado en lo general y en lo particular el Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial. **Se remite al Ejecutivo Federal para los efectos del artículo 72 constitucional.**

SECRETARIA DE ECONOMIA

DECRETO por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

Al margen un sello con el Escudo Nacional, que dice: Estados Unidos Mexicanos.- Presidencia de la República.

ENRIQUE PEÑA NIETO, Presidente de los Estados Unidos Mexicanos, a sus habitantes sabed:

Que el Honorable Congreso de la Unión, se ha servido dirigirme el siguiente

DECRETO

"EL CONGRESO GENERAL DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, DECRETA:

SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Artículo Único.- Se **reforman** el artículo 58, segundo párrafo; el artículo 87; el artículo 88; el artículo 89, fracciones I, III y IV; el artículo 90, fracciones I, II, III, IV, V, VI, VII, VIII, IX, XI, XII, XIII, XIV, XV, XVI y XVII; la denominación del Capítulo II del Título Cuarto "De las Marcas Colectivas y de Certificación"; el artículo 96; el artículo 97; el artículo 98; el artículo 98 BIS; el artículo 98 BIS-1; el artículo 98 BIS-2; el artículo 98 BIS-3; el artículo 98 BIS-4; el artículo 113, fracciones I, II, III y IV; el artículo 120; el artículo 122 BIS, segundo párrafo; el artículo 124; el artículo 125, tercer párrafo; el artículo 126, primer párrafo, fracciones II, VI y VII; el artículo 131; el artículo 133, primer párrafo; el artículo 145; el artículo 146; el artículo 151, fracciones IV y V, y último párrafo; el artículo 152, fracción II; el artículo 155; el artículo 180; el artículo 183; el artículo 184, segundo párrafo; y el artículo 213, fracción VII. Se **adicionan** el artículo 89, con las fracciones V, VI, VII y VIII; el artículo 90, con un párrafo a la fracción XIII, con dos párrafos a la fracción XIV, con los incisos a), b), c), d) y un párrafo a la fracción XVI y con las fracciones XVIII, XIX, XX, XXI, XXII y con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 97 BIS; el artículo 97 BIS-1; el artículo 98 TER; el artículo 98 TER-1; el artículo 98 TER-2; el artículo 98 TER-3; el artículo 98 TER-4; el artículo 98 TER-5; el artículo 98 TER-6; el artículo 98 TER-7; el artículo 98 TER-8; el artículo 98 TER-9; el artículo 120 BIS; el artículo 120 BIS-1; el artículo 120 BIS-2; el artículo 120 BIS-3; el artículo 124, con un segundo párrafo; el artículo 126, con un segundo párrafo; el artículo 128, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 133, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; el artículo 151, con una fracción VI; el artículo 152, con una fracción III; el artículo 180, con un segundo y tercer párrafos; el artículo 183, con un segundo y cuarto párrafos, pasando el actual segundo a ser tercer párrafo. Y se **derogan** el artículo 90, fracción XV-BIS; el artículo 98 BIS-5; el artículo 98 BIS-6; el artículo 98 BIS-7; el artículo 98 BIS-8; el artículo 98 BIS-9; el artículo 115; el artículo 120, tercer, cuarto, quinto y sexto párrafos; el artículo 134; y el artículo 135 de la Ley de la Propiedad Industrial, para quedar como sigue:

Artículo 58.- ...

El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día hábil siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.

...

Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89.- ...

I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los signos holográficos;

II.- ...

III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente;

IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;

V.- Los sonidos;

VI.- Los olores;

VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado, y

VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.

Artículo 90.- ...

I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;

II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad; así como la forma usual y corriente de los productos o servicios, o la impuesta por su naturaleza o funcionalidad;

III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;

IV.- Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que pretenden distinguir. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;

V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de otros signos que les den un carácter distintivo;

VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, así como la transliteración de signos no registrables;

VII.- Los signos que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier otro signo de instrumentos internacionales, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;

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 monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX.- Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, signos o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X.- ...

XI.- Las denominaciones de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de lugares, que se caractericen por la fabricación o producción de ciertos productos o la prestación de ciertos servicios; así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;

XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el consentimiento del propietario;

XIII.- Los nombres, apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el derecho correspondiente;

Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;

XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.

Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.

Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;

XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;

XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:

- a) Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;
- b) Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;
- c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o
- d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

XVII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;

XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;

XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;

XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios;

XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y

XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.

No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiendo que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.

Capítulo II

De las Marcas Colectivas y de Certificación

Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.

Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".

Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:

- I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;
- II.- La representación de la marca;
- III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;
- IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;
- V.- Los procesos de elaboración, producción, empaque, embalaje o envasado;
- VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;
- VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;
- VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
- IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y
- X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 97 BIS-1.- La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.

Las marcas colectivas se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas por su titular, tales como:

- I.- Los componentes de los productos;
- II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;
- III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y
- IV.- El origen geográfico de los productos.

Artículo 98 BIS.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.

Artículo 98 BIS-1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.

Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:

- I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;
- II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;
- III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y
- IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.

Artículo 98 BIS-2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:

I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;

II.- La representación de la marca;

III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;

IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;

V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;

VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;

VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;

VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;

IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional, y

X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.

En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 98 BIS-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Las marcas de certificación se registrarán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98 BIS-4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".

En caso de las marcas de certificación que protejan indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III, De la Autorización para su Uso.

CAPÍTULO II BIS

De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas

Artículo 98 TER.- Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es notoriamente conocida en México, cuando un sector determinado del público o de los círculos comerciales del país, conoce la marca como consecuencia de las actividades comerciales desarrolladas en México o en el extranjero por una persona que emplea esa marca en relación con sus productos o servicios o bien, como consecuencia de la promoción o publicidad de la misma.

Para efectos de su estimación o declaración por el Instituto, se entenderá que una marca es famosa en México, cuando sea conocida por la mayoría del público consumidor.

A efecto de demostrar la notoriedad o fama de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios permitidos por esta Ley.

Artículo 98 TER-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.

Los impedimentos previstos en el artículo 90, fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.

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

I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.

IV. La fecha de primer uso de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

VI. Los canales de comercialización en México y, en su caso, en el extranjero.

VII. Los medios de difusión de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

IX. La inversión realizada durante los tres últimos años en publicidad o promoción de la marca en México y, en su caso, en el extranjero.

X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.

XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos tres años.

XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.

XIII. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.

XIV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.

Artículo 98 TER-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en el artículo 90, fracción XVI o el previsto en la fracción XVII, de manera expedita.

La declaratoria podrá actualizarse en cualquier tiempo, a petición de quien tenga interés jurídico, siempre que acredite que las condiciones que le dieron origen subsisten a la fecha de la solicitud respectiva.

Artículo 98 TER-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:

I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y

II. Los documentos y elementos probatorios que se acompañan a la solicitud.

Artículo 98 TER-5.- Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los elementos, datos y documentos aportados.

Si a juicio del Instituto, éstos no satisfacen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquiera de los elementos de la solicitud, se prevendrá al solicitante para que haga las aclaraciones o adiciones necesarias, otorgándole al efecto un plazo de cuatro meses.

Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud será desechada.

Artículo 98 TER-6.- Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá la declaratoria correspondiente.

En caso de que el Instituto niegue el otorgamiento de la declaratoria, lo notificará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución y valorando todos los elementos probatorios recibidos.

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

Artículo 98 TER-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:

I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y

II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.

Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.

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

Artículo 113.- ...

I.- Nombre y domicilio del solicitante;

II.- La representación del signo que constituya la marca;

III.- La fecha de primer uso de la marca en México o, en su caso, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se entenderá que no se ha usado la marca;

IV.- Los productos o servicios específicos a los que se aplicará la marca, y

V.- ...

Artículo 115.- (Se deroga).

Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.

La oposición deberá presentarse por escrito, acompañarse de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.

Artículo 120 BIS-1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.

Artículo 120 BIS-2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.

Artículo 120 BIS-3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.

Artículo 122 BIS.- ...

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

...

Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.

Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.

Artículo 125.- ...

...

El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.

Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:

I.- ...

II.- El signo que constituye la marca;

III.- a V.- ...

VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición, y

VII.- Vigencia.

Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128.- ...

El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente al uso real y efectivo de la marca.

Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.

Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.

Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.

Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.

La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.

Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.

Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.

Artículo 134.- (Se deroga).

Artículo 135.- (Se deroga).

Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros o solicitudes en trámite de las marcas de un mismo titular, cuando éstas sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.

Artículo 146.- Cuando el titular de registros o solicitudes en trámite de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.

Artículo 151.- ...

I.- a III.- ...

IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;

V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta, de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra semejante en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y

VI.- Se haya obtenido de mala fe.

Las acciones de nulidad previstas en las fracciones II, III y IV del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y VI podrán ejercitarse en cualquier tiempo.

Artículo 152.- ...**I.- ...**

II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y

III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.

Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refieren las fracciones I y III del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.

Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, en su caso, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.

Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.

Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.

El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.

En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, incluyendo aquellos seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el primer párrafo del presente artículo.

El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.

Artículo 184.- ...

Los plazos empezarán a correr al día hábil siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día hábil siguiente de aquél en que se ponga en circulación.

Artículo 213.- ...**I.- a VI.- ...**

VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX del artículo 90 de esta Ley;

VIII.- a XXXIII.- ...**Transitorios**

Primero.- El presente Decreto entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo.- Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

Ciudad de México, a 3 de abril de 2018.- Dip. **Edgar Romo García**, Presidente.- Sen. **Ernesto Cordero Arroyo**, Presidente.- Dip. **María Eugenia Ocampo Bedolla**, Secretaria.- Sen. **Juan G. Flores Ramírez**, Secretario.- Rúbricas."

En cumplimiento de lo dispuesto por la fracción I del Artículo 89 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y para su debida publicación y observancia, expido el presente Decreto en la Residencia del Poder Ejecutivo Federal, en la Ciudad de México, a once de mayo de dos mil dieciocho.- **Enrique Peña Nieto**.- Rúbrica.- El Secretario de Gobernación, Dr. **Jesús Alfonso Navarrete Prida**.- Rúbrica.