

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY

ESCUELA DE GRADUADOS EN ADMINISTRACIÓN PÚBLICA Y
POLÍTICA PÚBLICA, CAMPUS CIUDAD DE MÉXICO

COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS Y
SIGNOS DISTINTIVOS. ANÁLISIS DE LA MAYOR EFICACIA DE LAS
DISPOSICIONES REGULATORIAS EN MATERIA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.



María Dolores Flores Gama.



Proyecto de Investigación Aplicada

Maestría en Derecho Internacional

Asesores:

Dr. Uriel Caballero González

Mtro. Carlos Hernández León



Diciembre de 2008

RESUMEN

El presente trabajo, tiene por objeto principal, reconocer la importancia de los instrumentos internacionales y locales que brindan protección a la propiedad intelectual (sentido amplio) y prácticas desleales del comercio; de forma específica a la propiedad industrial, y muy en particular a las marcas, ya por lo que se refiere a las prácticas desleales del comercio, se ubicará en el ámbito específico de la falsificación de marcas, lo que se conoce como “piratería”. Resaltando la importancia que tiene las marcas en la economía mundial, al convertirse en el activo más importante para sus titulares, y debido a ello en un blanco perfecto para la obtención ilegal, de beneficios por terceros.

Dada pues la relevancia de la propiedad industrial, marcas y piratería, México no se encuentra excluido de ella, por lo que dentro de la legislación nacional se encuentran reguladas estas figuras, y debido a la interdependencia de los Estados, principalmente de tipo económica y de seguridad, de la que México es consciente, lo ha llevado a suscribir instrumentos internacionales en los que se compromete otorgar protección legal en los ámbitos señalados, siendo explícita esta responsabilidad, en el tratado comercial más importante que a la fecha ha celebrado México, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte; por lo que a lo largo de este trabajo de investigación se analiza, el tratamiento que se da al tema de la propiedad industrial, marcas y piratería, en los tres países signantes, abundando en caso mexicano, analizando si los compromisos pactados se han cumplido, así como de los instrumentos que la administración pública federal se ha valido para garantizar la protección de los derechos marcarios, frente a la piratería.

Finalmente se analiza si los esfuerzos realizados por parte de las autoridades mexicanas en colaboración con la sociedad civil han rendido frutos, haciéndose énfasis en la necesidad de implementar una cultura de la legalidad en la sociedad, siendo esta la única y verdadera forma en la que se podrá combatir de fondo, el problema que para las economías y seguridad de los países representa la piratería, como una de las formas de competencia desleal por violación a marcas.

MARCO TEORICO

Debido a la naturaleza del tema de estudio del presente trabajo, ha sido necesario recurrir a diferentes fuentes de información.

Para analizar la naturaleza jurídica de las marcas y su ubicación dentro de la propiedad intelectual (sentido amplio), y a su vez de la propiedad industrial como parte de ésta última, basando esta distinción en los criterios reconocidos por los doctrinarios e instrumentos internacionales propios de la materia, completando esta investigación con el análisis de la legislación de los países firmantes del Tratado de Libre Comercio de América del Norte.

En lo concerniente, a la competencia desleal, se realizó un análisis de diversas fuentes bibliográficas a la par de la legislación nacional de Estados Unidos de Norteamérica, Canadá y México, para así centrar la investigación en una de las formas de competencia desleal, reconocida en los tres países, así como por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.

Por lo que se refiere al análisis de los compromisos pactados en el Tratado de Libre Comercio de América del Norte y el cumplimiento de los mismos, la fuente de información principal fue el Capítulo XVII, de dicho acuerdo, así como la más reciente información emitida por las cámaras de comercio y autoridades de los tres países, además de diversas organizaciones de la sociedad civil.

El presente trabajo puede ser de utilidad, para las autoridades de la administración pública, cámaras de comercio, académicos y estudiosos del derecho interesados en conocer sobre la regulación en materia de propiedad industrial, competencia desleal, y el tratamiento que se ha venido dando al problema que representa la piratería, en la economía y seguridad.

MARCO METODOLOGICO

La determinación de abordar el tema en el presente trabajo, surge por la observación de la complejidad que representa el combate a la piratería, y la importancia de esta práctica, al rebasar todas las fronteras, y burlar las medidas implementadas por las autoridades, además de reconocer no sólo las pérdidas económicas para los titulares de los derechos marcarios, sino de la puesta en riesgo de la salud e incluso vida de los consumidores, por esta práctica de comercio desleal.

Reconociendo que para México, sus principales socios comerciales son Estados Unidos de Norteamérica y Canadá, y por tanto el acuerdo comercial celebrado con ellos, resulta importante el análisis de la legislación de cada uno de estos países, así como del propio texto del Tratado de Libre Comercio de América del Norte, además de las estrategias implementadas en cada uno de estos países por parte de las autoridades de forma unilateral, así como en colaboración con grupos de la sociedad civil, como son las cámaras de comercio, y los esfuerzos realizados por estas últimas, para fortalecer la lucha contra la falsificación y comercialización de mercancías piratas.

Resulta importante en este trabajo resaltar la importancia de la colaboración que debe existir entre las tres esferas de una sociedad, como son, el gobierno, la sociedad civil y el mercado, representados por sus autoridades, sociedad civil en general y titulares de derechos marcarios; siendo este el factor determinante para el establecimiento de una verdadera cultura de la legalidad.

COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS Y SIGNOS DISTINTIVOS. ANÁLISIS DE LA MAYOR EFICACIA DE LAS DISPOSICIONES REGULATORIAS EN MATERIA DE PROPIEDAD INDUSTRIAL.

RESUMEN	2
MARCO TEORICO	3
MARCO METODOLOGICO	4
INTRODUCCIÓN	7
CAPITULO I	9
MARCAS	9
1.1 CONCEPTO	11
1.2 PROTECCIÓN.....	12
1.2.1 México	12
1.2.2 Estados Unidos de Norteamérica	15
1.2.3 Canadá	17
CAPITULO II	20
COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS	20
2.1 CONCEPTO	22
2.2 REGULACIÓN	26
2.2.1 México	26
2.2.2 Estados Unidos de Norteamérica	37
2.2.3 Canadá	42
CAPITULO III	47
CAPITULO XVII TLCAN	47
3.1 COMPROMISOS PACTADOS ENTRE LOS ESTADOS MIEMBROS PARA LA PROTECCIÓN DE MARCAS	49
3.2 ACCIONES TOMADAS POR MÉXICO CONTRA LA COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS	50
3.3. ANÁLISIS DE LA EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS LEGALES EN MÉXICO, CONTRA LA COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS	56
CAPITULO IV	59
CONCLUSIONES	59
BIBLIOGRAFIA	62
ANEXO 1	66
LAS MARCAS SEGÚN LOS INSTRUMENTOS INTERNACIONALES	66
LAS MARCAS SEGÚN LAS LEGISLACIONES NACIONALES	67
ANEXO 2	68
LA COMPETENCIA DESLEAL SEGÚN LOS INSTRUMENTOS INTERNACIONALES	68
LA COMPETENCIA DESLEAL, DEFINICION POR PAIS	68
ANEXO 3	71
Número de solicitudes presentadas por Parte Contratante	71
Número de designaciones por Parte Contratante designada	72
ANEXO 4	73

Marcas según la OMPI	73
ANEXO 5	74
PRINCIPALES ZONAS DE INCIDENCIA DE PIRATERÍA	74
ANEXO 6	75
Exportaciones totales de México.....	75
Importaciones totales de México	76
ANEXO 7	77
PIRATERIA EN EL MUNDO.....	77

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación, tiene por objetivo el estudio de la relación entre las marcas y los efectos de la competencia desleal por la violación o infracción de éstas, en particular la eficacia de los instrumentos y acciones que regulan dichas infracciones, a fin de determinar si estos cumplen con su cometido, al brindarle a los titulares de derechos marcarios, la certidumbre jurídica de velar por la protección de sus derechos, y si son idóneos para tal fin.

Para alcanzar el objetivo planteado, se realizará un análisis comparativo entre la Estados Unidos de Norteamérica y Canadá; y en función de esto y de la relevancia de la materia que ha sido reconocida y plasmada en el acuerdo comercial de mayor importancia celebrado por México y sus socios comerciales, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN); se determinará si los compromisos de la materia pactados por México en dicho acuerdo, han sido cumplidos.

De forma complementaria, se revisarán diversos textos, documentos y Artículos relativos al tema, a fin de contar con información suficiente que sustente el análisis y las conclusiones derivadas del mismo.

Este trabajo se compondrá de cuatro capítulos, que en términos generales tendrán como contenido lo que a continuación se describe:

En el primer capítulo, se brindará un concepto de marcas, así como los derechos, contenido, alcance y protección relativos a éstas en México, Estados Unidos de Norteamérica y Canadá. Reconociendo de esta forma, que éstas, tienen por función principal servir como elementos de identificación de los diversos productos y/o servicios que se ofrecen y prestan en el mercado, y como consecuencia, fungen como elementos distintivos para identificar un producto y/o servicio de los otros que se ofrecen en el mercado; lo que va estrechamente relacionado con que se hayan convertido en activos intangibles para sus titulares, al ser la marca el elemento identificador del producto y/o servicio que se ofrece en el mercado y a través del cual los consumidores lo distinguen y hasta lo prefieren sobre los otros. En razón de esta importancia, las marcas y los derechos

que éstas implican se encuentran protegidos, para garantizar las ventajas comerciales que se confieren a los titulares de ellas y la certidumbre de los consumidores que las adquieren.

Ahora bien, dentro del segundo capítulo, se abordará el tema relativo a la competencia desleal por violación o infracción a marcas, analizando y delimitando su concepto y tratamiento, tomando como base la legislación vigente en México, Estados Unidos de Norteamérica y Canadá. Tema que dentro de los textos legales es reconocido, tomando en consideración que en el mundo globalizado y los sistemas económicos actuales, existe la necesidad preponderante de proteger a los titulares de derechos relativos a la Propiedad Industrial, en el caso particular, el de las marcas; frente a la competencia que rige y caracteriza dichos sistemas, y que en ocasiones deriva en prácticas desleales, específicamente aquellas referentes a la violación o infracción de marcas, lo que implica grandes pérdidas financieras para los titulares y en algunos casos la puesta en riesgo de la salud de los consumidores. En atención a ello, en la legislación se han establecido mecanismos e instrumentos jurídicos que protegen los intereses legítimos de los titulares de los derechos.

En el tercer capítulo, se abordará el estudio del Capítulo XVII, del TLCAN, debido a la relevancia de las relaciones comerciales entre México, Estados Unidos de Norteamérica y Canadá, misma que se vio materializada con la firma del acuerdo, y en el que las Partes, se comprometen en diversos temas de importancia actual, entre ellos los tópicos referentes a la Propiedad Industrial, en el caso particular, marcas; motivo por el cual resulta necesario analizar la eficacia de los organismos, instrumentos y acciones propias de las Partes y que tienen repercusiones entre los firmantes; relativas a la protección de marcas así como aquellos que regulan la competencia desleal.

También se determinará si los compromisos asumidos por México han sido cumplidos, y que tan eficaces han resultado los mecanismos legales implementados para garantizar la protección de los intereses legítimos de los titulares de los derechos además de los del público en general.

El cuarto capítulo, contendrá las conclusiones a que se llegue en función del análisis realizado.

CAPITULO I

MARCAS

De acuerdo a la Organización Mundial de la Propiedad Industrial (OMPI), la legislación de la Propiedad Industrial es parte del cuerpo de normas conocido como propiedad intelectual,¹ lo que David Rangel Medina explica a profundidad al definir en primer término al Derecho Intelectual como “el conjunto de normas que regulan las prerrogativas y beneficios que las leyes reconocen y establecen a favor de los autores y de sus causahabientes por la creación de obras artísticas, científicas, industriales y comerciales”²; y en segunda instancia al comentar que dependiendo de la orientación que tengan las obras, serán las reglas que las regularán.

Por lo que, si una obra tiene como ámbito de aplicación la estética, el conocimiento o la cultura en general, serán idóneas para estos casos las normas relativas a la propiedad intelectual en *stricto sensu* o del derecho de autor, las que le conferirán al titular derechos morales como la exclusividad sobre la creación, conclusión, modificación, interpretación y denominación de sus obras; y derechos pecuniarios o patrimoniales, que implican la facultad de recibir una justa retribución por la explotación lucrativa de sus obras, y que se refiere a la publicación, reproducción, traducción, adaptación, ejecución y transmisión de ellas.

Si las obras tienen por objeto la solución de problemas concretos en el ámbito de la industria y comercio o la distinción de productos y/o servicios en el mercado, las reglas aplicables a la materia serán aquellas relativas a la Propiedad Industrial.

El término Propiedad Industrial, fue claramente acuñado en el Artículo 1(2) del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial³ (Convenio de París), en el que se establece que la protección de la Propiedad Industrial tiene por objeto establecer un

¹ Booklet: Understanding Industrial Property, World Intellectual Property, Pág. 4
Fecha de Consulta: Septiembre 2008

http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/intproperty/895/wipo_pub_895.pdf

² David Rangel Medina, Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, México 1992. Pág. 7

³ De fecha 20 de Marzo de 1883, revisado en Estocolmo en 1967 y enmendado en 1979

marco normativo en los diferentes países miembros de dicha convención para la protección de las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal.

El derecho de Propiedad Industrial, considerado como, el privilegio de usar en forma exclusiva y temporal las creaciones y signos distintivos de productos, establecimientos y servicios. Infiriéndose que sus componentes, son tres:

- Creaciones Industriales, que por lo general son las patentes de invención, certificados de invención, registros de modelos y dibujos industriales.
- Signos Distintivos, por lo general son reconocidos en las diversas legislaciones como marcas, avisos comerciales, nombres comerciales y denominaciones de origen.
- Represión de la Competencia Desleal.⁴

Dentro de los signos distintivos que mayor importancia tienen y que son reconocidos por la legislación mexicana, se encuentran las marcas, cuya relevancia radica, en las funciones que han venido desempeñando a partir de la industrialización de los mercados, que las convirtió en un factor clave en el mundo moderno y los sistemas económicos actuales. Los productores y comerciantes, al ofertar bienes y servicios, tienen la necesidad de que éstos sean identificados y diferenciados de otros de la misma especie o categoría, necesidad que también es compartida por los consumidores, pues esta forma de distinción es una guía que les permite considerar las alternativas y hacer una elección entre los bienes y servicios competidores que se ofertan en el mercado. En consecuencia, los bienes y servicios deben ser identificados en el mercado a través de las marcas.

En el caso particular de este trabajo, habrá que ubicar a las marcas dentro de la Propiedad Industrial, y señalar que en base al Convenio de París se han creado las diversas legislaciones de cada país, por lo que estas cuentan con elementos sustanciales comunes.

⁴ David Rangel Medina, Derecho de la Propiedad Industrial e Intelectual, Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM, México 1992. Pág. 9

1.1 CONCEPTO

En la legislación nacional e instrumentos internacionales se brindan definiciones de lo que es una marca, y éstas comparten los elementos básicos que conforman las diversas acepciones, y que en general son los siguientes:

- Signos visibles
- Función distintiva
- Carácter comercial

De conformidad con el Artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial (LPI) de México (LPI):

“Se entiende por marca a todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.”

De forma similar se definen en el manual de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual⁵, y en el Artículo 15 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC)⁶, en los que se resalta la importancia de los elementos básicos señalados; de forma parecida, el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), en su Artículo 1708, dispone sobre el particular que, se considerará marca, cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, inclusive nombres de personas, diseños, letras, números, colores, elementos figurativos o la forma de los bienes o la de su empaque.

De acuerdo con la LPI, cualquier tipo signo (denominación, figuras, formas tridimensionales, nombres comerciales, nombres propios) puede emplearse y ser registrada

⁵ “...is any sign that individualizes the goods of a given enterprise and distinguishes them from the goods of its competitors.” Cualquier signo que individualiza los productos de una empresa y los distingue de otros productos competidores. Traducción del autor.

⁶ “Podrá constituir una marca de fábrica o de comercio cualquier signo o combinación de signos que sean capaces de distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas. Tales signos podrán registrarse como marcas de fábrica o de comercio, en particular las palabras, incluidos los nombres de persona, las letras, los números, los elementos figurativos y las combinaciones de colores, así como cualquier combinación de estos signos...”

como marca, siempre y cuando no incurra en alguno de los supuestos que establece el Artículo 90 de esta ley como prohibición; por lo que cualquier clase de signo distintivo puede ser registrado como marca, siempre y cuando funcione como medio de identificación y haga posible al público consumidor distinguir el producto o servicio frente a otros de su misma especie; lo que se vincula con que las marcas tengan una función comercial, pues al ser identificadas podrán ser preferidos los productos y servicios ofertados, beneficiándose financieramente el titular de la marca al ser favorecido con la confianza del público consumidor al escoger éstos su producto y/o servicio frente al de otros.

Por tanto, es posible decir que en primer término, las marcas confieren a su titular la posibilidad que un producto y/o servicio sea identificable frente a otros de su misma especie y, en segundo término que las marcas aseguran al público consumidor en no cometer un error al adquirir un producto y/o servicio, ya que estos lo adquirirán e identificarán a través de dicho signo distintivo.

1.2 PROTECCIÓN

1.2.1 México

En el caso de México, el registro de marcas no es obligatorio, tan es así que independientemente de que se lleve a cabo, el titular de la misma, adquiere derechos sobre esta, sin embargo con el registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), se otorga un reconocimiento oficial de que ese signo reúne los elementos necesarios para ser considerado legalmente como marca y en consecuencia, ventajas derivadas de este acto, tales como la protección legal otorgada al titular, y dentro de ellas una considerada como básica y, que consiste en que el titular obtenga el derecho a su uso exclusivo.

Cabe mencionar que dicha exclusividad consiste en que el titular de la marca es el único legitimado para poder emplear lícitamente esa marca en México, para distinguir los productos o servicios para los que se obtuvo el registro, pudiendo, por tanto, oponerse a cualquier utilización que realice un tercero; de conformidad con el Artículo 95 de la LPI

esta exclusividad será por un lapso de 10 años, con derecho a renovarse de manera ilimitada.⁷

Otro aspecto importante del registro de una marca, es la repercusión en el valor económico de la empresa, ya que se cuenta con el reconocimiento de la autoridad respecto de la titularidad del derecho al uso exclusivo de las marcas, pues esta prerrogativa le permite al titular otorgar licencias o franquicias a terceros, de forma gratuita u onerosa, lo que representa una ventaja adicional.

De acuerdo con el Artículo 131 de la LPI, el titular de una marca podrá emplear las siglas “M.R”, símbolos o la leyenda “Marca Registrada”, en los productos o servicios de que se trate, indicación que además de constituir una advertencia respecto al derecho exclusivo, es una evidencia de la seriedad para cualquier persona o empresa que ejerce el comercio, ya que proyecta al público consumidor la preocupación de su titular por proteger los nombres y/o signos con que se distingue de la competencia.⁸

El uso de una marca, entendido este en términos del Artículo 62 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial (RLPI) como la disponibilidad en el comercio o mercado del país de los productos y/o servicios que ella distingue, en la cantidad y del modo que corresponde a los usos y costumbres en el comercio; así como la aplicación de la marca respecto de productos destinados a la exportación, tiene repercusiones en el registro de la misma y en consecuencia en la protección legal adquirida por este acto, tanto así que una de las causas para perder el registro, es el desuso de la marca por un lapso no menor a tres años consecutivos en los productos o servicios para los que fue registrada, lo que se explica al considerar que “los derechos de Propiedad Industrial se ajustan al principio de que al constituir derechos exclusivos a favor del titular, cuando no son explotados o utilizados constituyen un abuso injustificado y, por tanto, la propia ley lo sanciona con la extinción o pérdida de los derechos.”⁹ Como excepciones a la pérdida del registro por caducidad se encuentran los supuestos en los que el desuso es consecuencia de algún obstáculo o circunstancias ajenas a la voluntad del titular o usuario que le impidan la utilización de la

⁷ Artículo 95.- El registro de marca

⁸ Mauricio Jalife Daher, Comentarios a la Ley de la Propiedad Industrial, Edit. Mc Graw Hill, México 1999 Pág. 84

⁹ Mauricio Jalife Daher, Aspectos Legales de las Marcas en México, Edit. Iniza, México 1995, Pág. 74

marca, o bien que la marca haya sido usada durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la presentación de declaración administrativa de caducidad, considerándose estos supuestos como causas justificadas legalmente establecidas, además de permitirse la discrecionalidad del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial IMPI, para considerar otras con el mismo carácter.¹⁰

La LPI, da reconocimiento legal en su Artículo 96, a las marcas colectivas, cuyo registro se podrá solicitar por asociaciones, sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicios legalmente constituidos, para identificar y distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.

Por su parte, Mauricio Jalife menciona, que el régimen de la marca colectiva viene a cumplir funciones equivalentes al de la llamada “marca de certificación”, que consiste en el tipo de signo distintivo empleado para avalar la calidad de un producto o servicio, por cumplir éste con ciertas especificaciones y corresponder a una calidad impuesta por una entidad supervisora. La marca de certificación, al igual que la denominada marca colectiva que regula nuestro régimen, en muchas ocasiones son empleadas en forma adicional o agregada a la marca propia del comerciante, pero en otras se emplea como marca única.

Dentro de la LPI, se brinda protección a los titulares de derechos exclusivos sobre marcas, regulando como infracciones administrativas y delitos la violación a estos derechos, previstas en los Artículos 213 y 223, y en virtud de los cuales se pueden ejercer acciones tanto administrativas como penales en contra de algún infractor de los derechos del titular y con ello también asegurar que el público consumidor no cometerá un error por confundir marcas; tratando con ello además evitarle al titular de derechos marcarios la pérdida de relaciones comerciales o clientes usuales por el deterioro de su imagen y pérdida de confianza, capacidad distintiva y poder de atracción frente al público.

Una de las formas de violación a los derechos exclusivos de titulares de marcas que se encuentra prevista en la LPI, y que fue uno de los rubros que mayor atención mereció y fue parte de diversas reclamaciones que frecuentemente se le han venido haciendo a México por parte de Estados Unidos de Norteamérica, ha sido en relación a los múltiples

¹⁰ Véase Art. 130 y 152 Fracc. II LPI

casos de competencia desleal, entendiendo esta como “piratería”, como se le suele denominar, y en los que se han visto involucradas marcas de fama internacional¹¹; siendo trasladada esta idea del TLCAN¹² al texto de la LPI¹³.

1.2.2 Estados Unidos de Norteamérica

De acuerdo a la legislación de los Estados Unidos de Norteamérica (EUA), el término marca engloba a dos tipos genéricos, las comerciales y de servicios; las primeras pueden ser, cualquier palabra, nombre, símbolo o dispositivo o cualquier combinación de éstos, usada por una persona o aquella que una persona de buena fe emplea en el comercio y se inscribe en el registro principal establecido por la Ley, para identificar y distinguir sus productos, como un producto único, de los fabricados o vendidos por los demás y, para indicar la procedencia del producto, incluso si esa fuente es desconocida.¹⁴

Las marcas de servicios, son las mismas que las marcas comerciales, excepto por que estas identifican y distinguen la fuente de un servicio más que de un producto.

El término de marca comercial y marca, son usados para referirse a marcas comerciales como para las de servicios; por lo que lo importante de dichas acepciones y elemento común en ambas y, que a la vez comparten con las brindadas previamente, es el carácter de identificación y distintivo que brindan a los bienes y servicios.

Tal es la importancia de esta función que el registro de las marcas otorgado por la Oficina de Marcas y Patentes de los Estados Unidos de Norteamérica (*USPTO*, por sus siglas en inglés), está condicionado al carácter distintivo de las marcas.

En el caso de EUA, la posibilidad de registrar como marcas, otro tipo de elementos diversos a los que reconoce la LPI, es mayor, tan es así que pueden registrarse además de palabras, logotipos y gráficos, colores, olores, sonidos entre otros; siempre y cuando permitan que el consumidor identifique los productos y/o servicios, motivo por el cual no

¹¹ Ídem, Pág. 114

¹² “Artículo 1707 Procedimientos y Sanciones Penales:

1.- Cada una de las Partes dispondrá procedimientos y sanciones penales que se apliquen cuando menos en los casos de falsificación dolosa de marcas o de piratería de derechos de autor a escala comercial....”

¹³ “Artículo 223.- Son delitos:

II.- Falsificar marcas en forma dolosa y a escala comercial;...”

¹⁴ Trademark Act, Section 45 of the Act, 15 U.S.C. §1127

contarán con protección legal aquellos elementos o palabras que resulten genéricos, cuestión que se encuentra regulada de la misma forma en el Artículo 90 de la LPI y en el TLCAN, en el que se prohíbe registrar palabras genéricas en inglés, español o francés. Destacándose en todo momento la función distintiva e identificadora de las marcas. Sin embargo resulta curioso que muchas marcas terminan siendo usadas en forma genérica, el caso más común son las palabras de uso genérico como “corn flakes”, “nylon”, “yo-yo”, que en la actualidad son términos comúnmente usados por el público. Debido a esto muchas empresas entre ellas Xerox Corporation han gastado grandes sumas de dinero insistiendo en que sus marcas solo deberán usarse como tales, y no como una palabra de uso genérico o común del idioma inglés¹⁵.

Es debido al riesgo que corre una marca de convertirse en genérica, que siempre debe usarse el símbolo representativo, de la “R” dentro de un círculo, a fin de que se advierta que dicha marca ya cuenta con registro ante la Oficina de Marcas y Patentes de los Estados Unidos de Norteamérica. Los titulares de las marcas, podrán hacer valer sus derechos sobre ellas, pudiendo usar si así lo deciden “TM” (*trademark*) o “SM” (*service mark*), para de esta forma alertar al público sobre el hecho de contar con un registro ante la *USPTO* o bien que este se encuentre pendiente.

En cuanto al tipo de marcas reconocidas en la *Trademark Act*, se encuentran¹⁶:

- de Certificación, son aquellas que garantizan el origen, material, modo de manufactura, calidad, y otras características propias de los bienes y servicios.
- Colectivas, aquellas a las que la *Federal Lanham Act* define como “las usadas por miembros de una cooperativa, una asociación o cualquier grupo u organización,... y que indica la pertenencia a una unión, asociación u otra organización”
- de Estado, cuando se busca contar sólo con la protección estatal de las marcas, se recurre a las marcas de Estado, pues su registro es menos oneroso y se concede de más rápido en comparación al registro federal. Cada Estado establece los requisitos para obtener este tipo de protección.

¹⁵ Protecting Trade Secrets, Patents, Copyrights and Trademarks, Robert C. Dorr y Munch, Aspen Law & Business, USA 1995, Pág 109

¹⁶ Ídem. Pág. 103

En cuanto al lapso de protección federal de una marca, este tiene una duración de 10 años que pueden renovarse, antes de 1988, sólo era de 20 años; por lo que ahora está uniforme con lo establecido en el TLCAN y en la LPI, tiempo en el que el titular tendrá derechos exclusivos sobre la marca. Pese a que el registro ante la Oficina de Marcas y Patentes de Estados Unidos de Norteamérica no es obligatorio, al igual que en el caso mexicano trae aparejadas una serie de ventajas, entre ellas como ya se mencionó el derecho exclusivo de uso, que implica el poder ostentarse como propietario de la ella, existiendo a su favor la presunción legal por ello de tener el derecho exclusivo de usarla en toda la nación respecto de los bienes y servicios respecto de los cuales se hizo el registro. También tendrá la posibilidad de ejercitar acciones concernientes a las marcas ante los tribunales federales, de igual forma este registro puede servir como base para obtener el reconocimiento en otros países y también evitar la importación de mercancías que infrinjan las disposiciones legales aduaneras del país; respecto de este caso en particular, la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (*BCBP*), dependiente del Departamento de Seguridad Interior, mantiene un registro de marcas para aquellas registradas ante la *USPTO*, a fin de redoblar esfuerzos con esta dependencia, para impedir la importación de marcas que infrinjan o violen a las marcas ya registradas.

Al igual que como se contempla en la LPI, la *Lanham Act*, prevé la posibilidad de exigir el pago de los daños causados en contra de aquel infractor del derecho exclusivo sobre una marca, además de los gastos del litigio.

Los derechos derivados del registro de una marca, tienen deberes correlativos, uno de ellos es el uso continuo de la marca, para evitar que esta se considere abandonada. El uso discontinuo, esporádico o el impedimento para usar una marca pueden constituir abandono. La *Lanham Act*, y el TLCAN, específicamente sostienen que el no uso de una marca por un lapso de dos años consecutivos podrá considerarse como abandono.¹⁷

1.2.3 Canadá

¹⁷ Íbidem Pág. 147

En la legislación canadiense, podrán registrarse como marcas, las palabras, símbolos o diseños, o bien una combinación de estos, usados para distinguir bienes o servicios de una persona u organización de otros que se encuentran en el mercado.¹⁸

De acuerdo a Oficina Canadiense de la Propiedad Intelectual (*CIPO*, por sus siglas en inglés), las marcas comerciales no sólo representan y distinguen a los bienes y servicios, sino también la reputación del productor, motivo por el cual adquieren un gran valor; criterio compartido por el IMPI y la USPTO.

Según el *Trade-marks Act* (TMA), se reconocen tres categorías de marcas comerciales:

- Marcas Ordinarias, que son aquellas palabras o símbolos o la combinación de estos, utilizadas para distinguir bienes y servicios, propiedad de una empresa o persona.
- Marcas de Certificación, identifican bienes y servicios por su calidad. Son propiedad de una persona, pero con licencia para que otros identifiquen productos o servicios.
- *Distinguishing guise* (Tridimensionales)¹⁹, utilizados para identificar la forma de algún producto, contenedores, envase o embalaje de algún producto. El registro de estos elementos como una forma de marca, es tanto que se consideran distintivos.

Al igual que en el caso de México y EUA, relevancia al carácter distintivo de las marcas, mismo que repercute en la regulación de que se hace de estas, al negarse el registro de estas ante el incumplimiento de esta función característica.

El registro de una marca, no es obligatorio, de forma similar que en EUA y México, sin embargo, obtener el registro de una marca es altamente recomendable, pues con esto se adquieren diversos derechos, además de la certidumbre a una protección legal por mal uso o imitación de marcas. Al registrar una marca, se adquieren derechos exclusivos sobre esta, a lo largo de todo el territorio canadiense por un lapso de 15 años, renovable por lapsos de la misma duración.

¹⁸ Trade-marks Act, T-13, Article 2

¹⁹ Traducción del autor.

El uso de las marcas es importante, en tanto que si deja de utilizarse por un periodo prolongado, puede perder el registro y en consecuencia la exclusividad de la misma.

La protección de los derechos de los propietarios de las marcas, se encuentra prevista y en el Título 10, Artículos 7 y 8 del TMA, en los que se tutela el interés de los propietarios de las marcas, tanto en el aspecto financiero como en lo tendiente a su reputación, en cuanto a la utilización de marcas sin la autorización de los propietarios, falsificación, o engaño sobre el procedimiento, calidad, composición, lugar de origen, modo de fabricación, de producción o ejecución del producto o servicio al que amparan; protegiendo de esta forma también al público consumidor de incurrir en error y confusión.

CAPITULO II

COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS

Es tal la importancia de las marcas en el mundo, que de acuerdo a la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), se calificó como cifra récord las 39.945 solicitudes internacionales de registro de marcas recibidas en 2007 con arreglo al Sistema de Madrid²⁰ para el Registro Internacional de Marcas, cifra que representa un aumento del 9,5% en relación con 2006. Por decimoquinto año consecutivo, los solicitantes de Alemania encabezaron la lista de usuarios principales, con 6.090 solicitudes, es decir, 15,2% del total. A continuación están las empresas de Francia, que presentaron 3.930 solicitudes, es decir, el 9,8% del total. Estados Unidos de Norteamérica, que es miembro del Sistema de Madrid desde hace únicamente cuatro años, figura en tercer lugar, con 3.741 solicitudes, es decir, el 9,4% del total. A la fecha, ni México ni Canadá son miembros del Sistema de Madrid.²¹

Las clases más populares de productos y servicios en los registros internacionales de marcas inscritos en 2007 fueron de acuerdo a la Clasificación de Niza²², la Clase 9 (que abarca, los equipos informáticos y el *software* y otros aparatos eléctricos o electrónicos de carácter científico), que constituye el 8,5% del total de los registros; la Clase 35 (que

²⁰ “El Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas (el Sistema de Madrid), establecido en 1891, se rige en virtud del Arreglo de Madrid (1891) y del Protocolo de Madrid (1989), y está administrado por la Oficina Internacional de la OMPI. El Sistema de Madrid ofrece al propietario de una marca la posibilidad de protegerla en varios países (Miembros de la Unión de Madrid) mediante la presentación de una solicitud única directamente en su propia oficina de marcas nacional o regional. El registro internacional de una marca tiene los mismos efectos que una solicitud de registro o el registro de una marca efectuado en cada uno de los países designados por el solicitante. Si la oficina de marcas de un país designado no deniega la protección en un plazo determinado, la marca goza de la misma protección que si hubiera sido registrada por esa oficina. El Sistema de Madrid también simplifica en gran medida la gestión posterior de la marca, ya que con un solo trámite administrativo se pueden inscribir cambios ulteriores o renovar el registro. También facilita la designación posterior de otros países.” Fuente: OMPI
<http://www.wipo.int/madrid/es/> FECHA DE CONSULTA: OCTUBRE 2008.

²¹ Véase Anexo 3

²² “Es una clasificación de los productos y servicios para el registro de las marcas de fábrica o de comercio y las marcas de servicios. La Clasificación de Niza se basa en un tratado multilateral administrado por la OMPI, que se denomina el Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, concertado en 1957. Esta Clasificación se conoce comúnmente como la Clasificación de Niza. El Arreglo de Niza está abierto a los Estados parte en el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.” Fuente: OMPI
<http://www.wipo.int/classifications/nice/es/> FECHA DE CONSULTA: OCTUBRE 2008.

abarca servicios tales como los trabajos de oficina, la publicidad y la gestión de negocios comerciales), que constituye el 6,4% del total, la Clase 25 (prendas de vestir, calzados, sombrerería) con el 5,3% del total, la Clase 42 (servicios prestados por científicos, ingenieros industriales o tecnológicos y expertos en informática) con el 5,2% del total, y la Clase 5 (que abarca, por ejemplo, los productos farmacéuticos y otros productos para uso médico) con el 4,7% del total.

A finales de 2007 había 483.210 registros internacionales de marca válidos inscritos en el Registro Internacional, con cerca de 5.400.000 designaciones activas, y que pertenecían a unos 159.420 titulares de registros (muchos de ellos pequeñas y medianas empresas (Pymes)). A lo largo de 2007 se renovaron 17.478 registros por un período de protección adicional de 10 años (es decir, cerca del 46% del número total de registros internacionales cuya protección finalizaba en el año 2007).²³

Por lo que se deja en claro lo que advierte el Director General de la OMPI, Dr. Kamil Idris, las marcas se han vuelto uno de los activos más importantes de las empresas, pues estas son el principal medio de que disponen las empresas para añadir valor a sus actividades comerciales cotidianas lo que, en definitiva, se traduce en viabilidad financiera a largo plazo.²⁴

Es en razón de la importancia que estas tienen, que los instrumentos internacionales así como las legislaciones internas de los países relativas a la materia, confieren a sus titulares derechos exclusivos sobre ellas, tales como:

- Utilizar la marca para identificar sus productos o servicios;
- Impedir que terceros utilicen y comercialicen la misma marca o una marca similar para los mismos productos y servicios o productos y servicios similares;
- Autorizar la utilización de la marca por terceros, mediante acuerdos de franquicia o de licencia, a cambio de una retribución financiera.²⁵

²³ Véase Anexo 4

²⁴ Récord de solicitudes internacionales de registro de marcas en 2007, Artículo Publicado el 27 de febrero de 2008

http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2008/article_0007.html

Fecha de Consulta: Octubre 2008

²⁵ Cursillo de Propiedad Intelectual OMPI

http://193.5.93.137/library/description_uni.cfm?course=DL-001S&begin_uni=y&dcode=

Derechos que se encuentran tutelados frente a terceros, pues ya es sabido que debido a los sistemas actuales de comercio, a la proliferación de marcas; así como al valor económico que estas representan y que se ha convertido en el activo más valioso para sus titulares, existiendo, terceros que aprovechándose de estas circunstancias, buscan obtener ventajas del posicionamiento de productos y servicios en la preferencia de los consumidores, realizando actos contrarios a las prácticas honestas en el comercio.

Las marcas son, un componente clave de toda estrategia comercial de las empresas, en la medida en que permiten identificar, promover y comercializar bajo licencias productos o servicios en el mercado y diferenciarlos de los de la competencia, lo que en definitiva contribuye a determinar la preferencia de la clientela. Las marcas simbolizan la calidad de un producto, suelen ser el único medio por el que los clientes reconocen los productos y servicios de una empresa. La protección de la marca es un medio de impedir que competidores desleales se aprovechen de la buena reputación de una empresa y utilicen signos distintivos similares en grado de confusión para comercializar productos o servicios idénticos, similares o de calidad inferior. La pérdida de reputación y la infracción de una marca de prestigio representan daños graves para una empresa.

En la competencia desleal, se engloban determinadas actividades que derivan en perjuicios económicos y de prestigio para los titulares de derechos marcarios, así como la confusión en los consumidores y otros daños de mayor gravedad; es aspecto importante de estudio y elemento abarcado en el estudio de la propiedad intelectual en sentido amplio.

2.1 CONCEPTO

Brevemente antes de iniciar con el análisis del concepto de competencia desleal, es importante precisar la diferencia que existe entre competencia desleal en el sentido comercial propiamente, relativa a la disminución, daño o impedimento de la competencia y libre concurrencia, así como a la concentración, prácticas monopólicas y estancos, respecto de bienes o servicios iguales, similares o sustancialmente relacionados, y que de acuerdo a la legislación mexicana, su regulación es competencia de la Secretaría de Economía (SE) y de la Comisión Federal de Competencia (CFC).

Por otra parte, en el presente trabajo se analizará la competencia desleal y las normas especiales de ella relativas a la Propiedad Industrial, en las que la competencia desleal es concebida como aquellas prácticas que devienen en perjuicios para los titulares de derechos en materia de Propiedad Industrial, por la trasgresión de los derechos exclusivos a ellos conferidos por las disposiciones legales; y que en el caso de México se encuentran protegidos por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), Agencia General de Aduanas (AGA) y la Procuraduría General de la República (PGR).

Estos dos conceptos son distintos, y sólo tienen un elemento en común que es la competencia.

La competencia económica, y el sistema de libertad de ésta, establecido por los Artículos 5 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, es tendiente a procurar que el país alcance cierto nivel económico, por lo cual se establece una reglamentación adecuada en materia de libertad de concurrencia y de lealtad de competencia.²⁶

Por lo que respecta a la competencia desleal que será analizada en el presente trabajo, de acuerdo a la OMPI, “se entiende por competencia desleal todo acto de competencia que sea contrario a las prácticas honestas en el ámbito industrial y comercial.”²⁷

Aunque también de acuerdo a la OMPI, los elementos integrantes de esa definición son difíciles de determinar, en virtud de las diferentes apreciaciones de honestidad y lealtad que puedan tenerse en las diversas legislaciones, es por ello que un concepto uniforme respecto de competencia desleal no sería posible.

Por otra parte, en el Convenio de París, se establece el compromiso de los Estados contratantes, de asegurar a los nacionales de los países de la Unión una protección eficaz contra la competencia desleal, y de acuerdo al Artículo 10 BIS de dicho instrumento, se define a la competencia desleal como “todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial.” Así mismo especifica que los siguientes casos y prácticas son incompatibles con la noción de lealtad en la competencia:

²⁶ Competencia Desleal, Frisch Philipp Walter, Pág. ix, Editorial Oxford 1999

²⁷ Ídem

- (i) cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;
- (ii) las aseveraciones falsas, en el ejercicio del comercio, capaces de desacreditar el establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor;
- (iii) las indicaciones o aseveraciones cuyo empleo, en el ejercicio del comercio, pudieren inducir al público a error sobre la naturaleza, el modo de fabricación, las características, la aptitud en el empleo o la cantidad de los productos.²⁸

Los elementos integrantes del concepto de competencia desleal son:

- Competidor, es el sujeto, persona física o moral, que realiza una actividad económica independiente frente a otro sujeto que también realiza una actividad económica independiente, en relación tal, que pueda beneficiar su propia actividad o la de un tercero en detrimento de la actividad del segundo.
- Mercancía, el bien o servicio que los competidores ofrecen, prestan o anuncian a la clientela.
- Clientela, se integra por consumidores potenciales de mercancías o servicios ofrecidos por los competidores.²⁹

Por lo que, es de observarse que los daños causados por estas prácticas, no sólo tienen repercusiones sobre los titulares de derechos exclusivos, en el caso particular, derechos sobre las marcas, y sobre la plusvalía de estas; sino también sobre los consumidores que las prefieren.

Esto ha provocado que en un gran número de países se hayan emprendido importantes esfuerzos legislativos, con el objeto de adecuar los distintos ordenamientos a las tendencias actuales en materia de Propiedad Industrial, cómo son las de ampliar las áreas de protección patentaria, extender la vigencia de patentes y de los registros marcarios, ello por la necesidad de contar con mecanismos más efectivos de protección a los derechos de Propiedad Industrial y de esta manera, evitar su usurpación por parte de terceros, se han reflejado incluso en las negociaciones comerciales internacionales que se han llevado a cabo.

²⁸ Artículo 10(3) BIS, Convenio de París

²⁹ Competencia Desleal, Frisch Philipp Walter, Págs 2 a 5, Editorial Oxford 1999

Ejemplo claro de ello, es el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), parte integrante del Acuerdo por el que se establece la Organización Mundial del Comercio (OMC), uno de los aspectos más importantes del Acuerdo que establece la OMC, es el relativo a la defensa y aplicación efectiva de los derechos de propiedad intelectual, en tanto que establece principios en materia de medidas cautelares para evitar o suspender la usurpación, procedimientos civiles y administrativos, procedimientos penales, detención de mercancía infractora en las fronteras, etc.³⁰

En el párrafo primero del Artículo 41 de dicho acuerdo se establece al igual que en el Convenio de París el compromiso de los Estados miembros, de brindar protección legal a los derechos derivados de la propiedad intelectual, y que a la letra dice:

“Los Miembros se asegurarán de que en su legislación nacional se establezcan procedimientos de observancia de los derechos de propiedad intelectual conforme a lo previsto en la presente Parte que permitan la adopción de medidas eficaces contra cualquier acción infractora de los derechos de propiedad intelectual a que se refiere el presente Acuerdo, con inclusión de recursos ágiles para prevenir las infracciones y de recursos que constituyan un medio eficaz de disuasión de nuevas infracciones. Estos procedimientos se aplicarán de forma que se evite la creación de obstáculos al comercio legítimo, y deberán prever salvaguardias contra su abuso.”

Es por ello que al irse integrando los países a la OMC y adoptar en sus legislaciones los principios relativos a la defensa y protección de los derechos de propiedad intelectual, puede percibirse una tendencia creciente a la protección de los derechos sobre los bienes inmateriales a nivel universal. Debe señalarse que aún cuando en un país se cuente con una extraordinaria legislación en materia de Propiedad Industrial, desde el punto de vista sustantivo, esta no surte efectos de excelencia, si no se le dota de los mecanismos adjetivos

³⁰García Cristiani Julio Javier, La defensa y aplicación efectiva de los derechos de Propiedad Industrial en México, Pág.14
La Protección de los Derechos de Propiedad Industrial, Barra Mexicana de Abogados, Editorial Themis , México 1997

necesarios para lograr la protección, defensa y respeto de dichos derechos de Propiedad Industrial, en casos de trasgresión, usurpación o simple amenaza de ellos.³¹

2.2 REGULACIÓN

2.2.1 México

2.2.1.1 Esbozo Histórico

La evolución histórica de los diferentes ordenamientos que han regido esta materia, deja ver que los instrumentos para lograr la defensa y aplicación efectiva de los derechos de Propiedad Industrial han sido diversos, pues en algunos se consideran las infracciones de los derechos de Propiedad Industrial con el carácter de delitos y en otros como infracciones administrativas.

El Código Penal de 1871, conocido como el Código Martínez de Castro, según David Rangel Medina, ya incluía preceptos que sancionaban el delito de falsificación de marcas industriales y de comercio, sancionando con arresto y multa.

En el Código de Comercio de 1884, establecía que había usurpación de marcas, al utilizar una marca enteramente igual a otra, así como cuando entre las marcas resulta una gran analogía, de tal forma que pudieran confundirse una con otra; indicaba que además de las penas señaladas en el Código Penal de 1871, la falsificación de marcas producía la acción de daños y perjuicios.

La primera ley específica en materia de marcas, la Ley de Marcas de Fábrica de 1889, introdujo los conceptos de falsificación e imitación, consistiendo el primero en la reproducción de una marca ya protegida y, la imitación consistente en la utilización de una marca que presente una identidad casi absoluta con el conjunto, aunque no en ciertos detalles y que sea susceptible de confundirse con otra previamente depositada; señalando que dichos delitos quedaban sujetos a las penas establecidas por el código respectivo.

La ley de Marcas Industriales y de Comercio de 1903, es la primera en contener normas específicas en materia penal, al introducir reglas precisas sobre la penalidad por falsificación de marcas, venta de mercancía marcada ilegalmente por utilizar en las marcas indicaciones falsas u omitir las leyendas obligatorias, por indicar falsamente que una marca

³¹ Ídem, Pág. 15

está registrada e introduce una reglamentación de las acciones por daños y perjuicios. El Capítulo XI, denominado “De la responsabilidad penal y civil de los que infrinjan los derechos que otorga una patente” disponía a favor del titular de una patente, el derecho de perseguir a los que atacaren su derecho, ya por la fabricación industrial de la patente, por el empleo o uso industrial del procedimiento de un método patentado, o porque con un fin comercial conserven en su poder, pongan en venta, vendan o introduzcan en el territorio nacional uno o más efectos fabricados sin su consentimiento; delitos perseguidos de querrela necesaria.

La Ley de Marcas y de Avisos y Nombres Comerciales de 1928, utilizó por primera vez el término “invasión de los derechos que confiere una patente”, y el Capítulo XII, de esta ley denominado “De la responsabilidad penal y civil de los que infrinjan los derechos que otorga una patente.”

La Ley de la Propiedad Industrial de 1942, constituye el primer dispositivo en esta materia, pues en él se reunieron las normas relativas a las creaciones nuevas de la industria, las marcas y la represión de la competencia desleal. Es en esta ley que la totalidad de las conductas infractoras de los derechos conferidos por las patentes o derivados de las marcas registradas eran consideradas delitos. Se conservaba la posibilidad de reclamar daños y perjuicios por la usurpación de un derecho de Propiedad Industrial. Tratándose de delitos en materia de marcas, se considera como usurpación: el uso ilegal, la imitación, la falsificación y la comercialización de productos indebidamente marcados.

La Ley de Invenciones y Marcas de 1976, al igual que la ley de 1942, compiló en un solo ordenamiento todo lo concerniente a la Propiedad Industrial y, transformó el sistema de derecho penal especial de la Propiedad Industrial en uno mixto, dividiendo en dos grupos las sanciones; las de carácter administrativo y las de índole penal, previstas para la comisión de delitos, diferenciándose en cuanto al sistema de imposición de multas de las administrativas, y la privación de la libertad en el caso de las penales.

La Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial de 1991, adoptó el mismo criterio, en cuanto a la distinción entre infracciones administrativas y de las enlistadas como delitos. Las primeras eran aplicadas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI). Se tenía ya la intención de fortalecer la protección penal de

la Propiedad Industrial, en tanto que el legislador amplió los tipos delictivos, en concordancia con lo enunciado en el Programa Nacional de Modernización Industrial y del Comercio Exterior de 1990 a 1994. Seguía subsistiendo la exigencia para el Ministerio Público Federal (MPF) de contar con un dictamen emitido por la SECOFI, para poder ejercitar la acción penal.³²

Con el propósito de perfeccionar el marco jurídico de la Ley de 1991 y que tenía el mismo criterio de la Ley de Invenciones y Marcas en cuanto a sanciones a los infractores de los derechos de Propiedad Industrial; fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el “Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial”, conocida actualmente como Ley de la Propiedad Industrial, los objetivos de estas reformas fueron:

- El perfeccionamiento del sistema de Propiedad Industrial,
- Consolidar la infraestructura administrativa necesaria para la administración de los derechos de Propiedad Industrial,
- Otorgar mayor protección a los mismos,
- Establecer un sistema más eficiente para sancionar la violación de tales derechos y,
- Armonizar la ley con las disposiciones de los tratados internacionales, de los que México es Parte en esa materia.³³

Después de la entrada en vigor del TLCAN, la ley de 1991 fue motivo de reformas y adiciones, a través del decreto publicado en el Diario Oficial el 2 de Agosto de 1994 y que entró en vigor el 1º de Octubre de ese año, como consecuencia de dichas reformas, se modificó el nombre de la ley, quedando como “Ley de la Propiedad Industrial”. En la exposición de motivos de la iniciativa de reformas y adiciones, se invocaron tres razones fundamentales:

- a) La necesidad de dotar al IMPI de la autonomía y facultades necesarias para convertirse en la autoridad administrativa encargada de la aplicación de la ley de la materia.

³² Ídem, Págs. 15 a 20

³³ Jorge Amigo Castañeda, La Protección de los Derechos de Propiedad Industrial, Barra Mexicana de Abogados, Editorial Themis, México 1997 Págs. 7 y 8

- b) La incorporación al texto legal ordinario de todos los compromisos asumidos por México en los diversos tratados internacionales suscritos.
- c) La adecuación de los preceptos o instituciones que al cabo de tres años no habían alcanzado sus objetivos.

Se puso más énfasis en las adecuaciones de la parte adjetiva, en lo referente a la defensa y aplicación efectiva de los derechos de Propiedad Industrial.³⁴

Hasta antes de las reformas a la LPI, en 1994, el uso ilegal de una marca registrada era considerado como delito, mientras que la imitación era sancionada como infracción administrativa, considerándose más grave la reproducción que la similitud.

2.2.2.2 Regulación actual. Infracciones Administrativas

En el Artículo 213 de la LPI, se establecen diversas hipótesis de infracciones administrativas, por conductas transgresoras de derechos de Propiedad Industrial, y en su mayoría las ahí descritas constituyen actos de competencia desleal, en tanto que se trata de conductas contrarias a los buenos usos y costumbres de la industria o comercio y además causan o inducen al público a confusión, error o engaño en relación con el producto y/o servicio que requieren o con el establecimiento que lo ofrece. Los elementos de la competencia desleal descritos en el Artículo 10 BIS del Convenio de París, se han detallado en tesis de jurisprudencia como la que se transcribe a continuación³⁵:

“Registro No. 218858
Localización:
Octava Época
Instancia: Tribunales Colegiados de Circuito
Fuente: Semanario Judicial de la Federación
X, Agosto de 1992
Página: 583
Tesis Aislada
Materia(s): Administrativa
MARCAS. LEY DE INVENCIONES Y MARCAS. COMPETENCIA
DESLEAL. QUE DEBE ENTENDERSE POR.

³⁴ García Cristiani Julio Javier, La defensa y aplicación efectiva de los derechos de Propiedad Industrial en México, Pág.23

La Protección de los Derechos de Propiedad Industrial, Barra Mexicana de Abogados, Editorial Themis , México 1997

³⁵ Íbidem, Pág. 24

El Artículo 210, inciso b, fracción X, de la Ley de de Invenções y Marcas, dispone: "Son infracciones administrativas: a)... b) La realización de actos relacionados con la materia que esta Ley regula, contrarios a los buenos usos y costumbres en la industria, comercio y servicios que implique competencia desleal. ...conducta lleva la intención de sustraer la clientela del fabricante o comerciante competidor, atrayéndola para sí mismo, recibiendo indebidamente los beneficios de que disfruta su rival.

CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO

Amparo en revisión 244/92. Panam de México, S. A. de C. V. 9 de abril de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: David Delgadillo Guerrero. Secretario: José Luis Fuentes Reyes."

Énfasis dado por el autor.

Tomando en consideración la interpretación de los tribunales federales, se entiende por competencia desleal, como "la conducta de un competidor que utilizando cualquier procedimiento en contra de las buenas costumbres o de alguna disposición legal, sustraiga, utilice o explote un derecho comercial o industrial de otro recurrente, con el fin de obtener ventajas indebidas para sí, para varias personas, o para causarle un daño a aquél." ³⁶

³⁶ **MARCAS. COMPETENCIA DESLEAL. REQUISITOS PARA QUE SE ACTUALICE LA INFRACCION ADMINISTRATIVA PREVISTA EN LA LEY DE INVENCIONES Y MARCAS.**

La Ley de Invenções y Marcas en su Artículo 210, señala de manera enunciativa doce actos que constituyen infracciones administrativas, por ser actos contrarios a los buenos usos y costumbres de la industria, comercio y servicios que impliquen competencia desleal, entre los que se encuentran, el efectuar en el ejercicio de actividades industriales o mercantiles, actos que causen o induzcan al público a confusión, error o engaño, por hacer creer o suponer infundadamente, la existencia de una relación o asociación entre dos establecimientos, que la fabricación de un producto se realiza bajo normas, licencia o autorización de un tercero, o que se presta un servicio o se vende un producto con autorización o licencia de un tercero (inciso b), fracción XI), de esta manera encontramos en el citado precepto dos elementos indispensables para que se actualice la infracción administrativa en él prevista, el primero se refiere a la existencia de una conducta contraria a los buenos usos y costumbres de la industria o comercio que implique competencia desleal y el segundo elemento consiste en que esa conducta cause o induzca al público a confusión, error o engaño en relación con el producto o servicio que requiere o con el establecimiento que lo ofrece; por lo que respecta al primer elemento, debemos atender a los lineamientos del legislador, en el sentido de considerar que todo acto contrario a los usos, costumbres y leyes que rigen la industria o el comercio que menoscabe la libre competencia o perjudique al público consumidor constituye competencia desleal. En nuestro sistema jurídico, la libre competencia está constitucionalmente garantizada por los Artículos 5o. y 28 de nuestra Carta Magna, y conforme a dichos preceptos a nadie puede impedirse que se dedique a la profesión, industria o comercio que le acomode, siendo lícito y cuando no se ataquen los derechos de terceros ni se ofendan los derechos de la sociedad; se prohíben los monopolios, a excepción hecha de aquéllos que por su naturaleza corresponden al Estado y de los privilegios que conceden las leyes sobre derechos de autor y de invenções y marcas. Ahora bien, en materia de Propiedad Industrial, nuestro país se enmarca en un tratado internacional, que es el Convenio de la Unión

de París, vigente desde mil novecientos ochenta y tres, mismo que en términos del Artículo 133 constitucional, es la ley en nuestro país; este convenio fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el veintisiete de julio de mil novecientos setenta y seis, y en su Artículo 10 bis señala expresamente que, los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales, una protección eficaz contra la competencia desleal, y aclara "constituye acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial". Con base en esto, la Ley de Invenciones y Marcas vigente, trata de evitar la competencia desleal reprimiendo los actos deshonestos en materia de industria y comercio, y aquéllos que sean contrarios a las disposiciones que consagra. Para el estudio de estos actos deshonestos, es importante tener presente que lo sancionable, es el abuso del bien jurídico tutelado por el Artículo 28 constitucional, es decir, el abuso a la libertad de competencia que en él se consagra, no siendo admisible la restricción de esta libertad sin la existencia de una conducta que se adecue exactamente al supuesto jurídico contemplado por la norma legal. La ley señala una serie de actos deshonestos que considera como conductas de competencia desleal, que aparte de ser actos contrarios a las disposiciones que la misma establece, causan perjuicio no sólo al tercero de quien obtiene beneficio o causan daño, sino también al desarrollo del comercio y la industria, repercutiendo a su vez en un daño para el público que requiere de los productos o servicios que le ofrecen. Así, tomando en cuenta los actos deshonestos que se sancionan como infracciones administrativas y como delitos, podemos definir a la competencia desleal, como la conducta de un competidor que utilizando cualquier procedimiento en contra de las buenas costumbres o de alguna disposición legal, sustraiga, utilice o explote un derecho comercial o industrial de otro recurrente, con el fin de obtener ventajas indebidas para sí, para varias personas, o para causarle un daño a aquél, para tal efecto, debemos decir que el concepto de buenas costumbres ha sido interpretado por la doctrina como los principios deducibles de normas positivas que son aceptados por el sentimiento jurídico de una comunidad. Así, costumbres comerciales como anuncios, promociones de ventas, campañas de descuento, etcétera, son lícitas y permitidas para atraer clientela a un establecimiento o hacia un producto, siempre que no se empleen medios reprochables para ello. Siguiendo con el concepto de competencia desleal a que hemos llegado, es requisito primordial para que haya deslealtad, que primero exista competencia entre los comerciantes, es decir, que desarrollen una actividad encaminada o relacionada con el mismo fin, toda vez que podría darse una conducta ilícita entre comerciantes que no compiten entre sí, y ésta, independientemente de que sea sancionable por otros medios, no constituye competencia desleal. También cabe decir, que la conducta deshonesto del comerciante desleal puede ser activa o pasiva, es decir, consistir en un hacer o en una omisión, realizada con la intención de obtener un beneficio propio o causar daño a otro recurrente. Ahora bien, para que esa competencia desleal sea sancionable como infracción administrativa, en el supuesto que estudiamos, es indispensable que se actualice el segundo supuesto, consistente en que esa conducta calificada de desleal cause o induzca al público a confusión, error o engaño en relación con el producto o servicio que requiere o con el establecimiento que lo ofrece. Para entender este segundo supuesto, es importante establecer lo que se entiende por causar o inducir al público, esto es, producir en él, un ánimo incitándolo o persuadiéndolo a moverse en determinado sentido, con el fin de obtenerlo como cliente, esto es válido en la libre competencia pero no a través de conductas deshonestas. Lo que resulta reprochable, es obtener este fin mediante la confusión, el error o el engaño en que se hace caer al público. Conforme al diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, confusión, significa la mezcla de dos o más cosas diversas de modo que las partes de la una se incorporen a la otra, falta de orden o de claridad; la acepción de error, es concepto equivocado o juicio falso y engaño; la falta de verdad en lo que se dice, hace, cree, piensa o discurre. De esta manera, la conducta del comerciante encaminada a confundir, equivocar o engañar al público, es una conducta deshonesto, pero sólo encuadra en el supuesto de infracción que analizamos, si la confusión, el error o el engaño lo llevan a suponer que existe relación o asociación entre un establecimiento y el de un tercero, como por ejemplo en las cadenas de tiendas o negocios que ostentan la misma o semejante denominación, o bien, que lo hagan suponer que se fabrican o venden productos o se prestan servicios bajo las normas, licencia o autorización de un tercero, como por ejemplo, las agencias de carros que componen o venden piezas originales de la misma empresa que fabrican los automóviles. Para que una conducta sea sancionable conforme a la ley, es necesario que se cumplan todos los requisitos previstos en las hipótesis normativas, en virtud, de que en nuestro sistema jurídico, a excepción de que expresamente lo señale la ley, no es admisible la aplicación de sanciones por conductas análogas a las previstas. En estas condiciones, resulta necesario para que surta la causa de infracción administrativa, que se

En atención al precedente jurisprudencial transcrito, es de notarse que el término competencia desleal es similar al previsto en el Artículo 10 BIS del Convenio de París, y que ahora se encuentra establecido en la fracción primera del Artículo 213 de la LPI.

Ahora bien en cuanto a las infracciones administrativas previstas en la LPI, es necesario que concurren dos elementos fundamentales para que se actualice la infracción administrativa prevista en la fracción I del Artículo 213 de la LPI:

- Existencia de una conducta contraria los buenos usos y costumbres de la industria o comercio que implique competencia desleal.
- Que dicha conducta cause o induzca al público a confusión, error o engaño en relación con el producto o servicio que requiere o con el establecimiento que lo ofrece.³⁷

Asimismo, en este Artículo se señala de forma enunciativa a lo largo de sus veintisiete fracciones, los supuestos para que se consideren infracciones administrativas, indicando que podrán ser otras más, siempre y cuando no sean consideradas como delitos.

En este sentido, cabe mencionar que la institución facultada para realizar las investigaciones de presuntas infracciones administrativas, y realizar todo lo concerniente para ordenar y ejecutar medidas provisionales para prevenir o hacer cesar la violación a los derechos de Propiedad Industrial; escuchar la defensa de los presuntos infractores e imponer las sanciones administrativas correspondientes en materia de Propiedad Industrial, es el IMPI, de conformidad con el Artículo 6, fracción V, de la LPI.

El procedimiento a seguir, en este caso particular, deberá sujetarse a las disposiciones del Capítulo II, del Título Sexto de la LPI, denominado Del Procedimiento de Declaración Administrativa, y de acuerdo con éste, el titular legítimo del derecho de Propiedad Industrial, podrá reclamar de un tercero infractor, la suspensión o prohibición de

den los dos elementos que han sido analizados.

Énfasis dado por el autor.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.
Amparo en revisión 3043/90. Kenworth Mexicana, S.A. de C.V. 30 de enero de 1991. Unanimidad de votos.
Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Guadalupe Robles Denetro.

³⁷ Ídem

esa conducta y la eventual aplicación de una sanción por parte de la autoridad administrativa, IMPI.³⁸

El IMPI de acuerdo con el Artículo 199 BIS, podrá adoptar las siguientes medidas:

- I.- Ordenar el retiro de la circulación o impedir ésta, respecto de las mercancías que infrinjan derechos de los tutelados por la LPI
- II.- Ordenar se retiren de la circulación:
 - a) Los objetos fabricados o usados ilegalmente;
 - b) Los objetos, empaques, envases, embalajes, papelería, material publicitario y similar que infrinjan alguno de los derechos tutelados por esta Ley;
 - c) Los anuncios, letreros, rótulos, papelería y similares que infrinjan alguno de los derechos tutelados por esta Ley; y
 - d) Los utensilios o instrumento destinados o utilizados en la fabricación, elaboración u obtención de cualquiera de los señalados en los incisos a), b) y c), anteriores;
- III.- Prohibir, de inmediato, la comercialización o uso de los productos con los que se viole un derecho de los protegidos por esta ley;
- IV.- Ordenar el aseguramiento de bienes
- V.- Ordenar al presunto infractor o a terceros la suspensión o el cese de los actos que constituyan una violación a las disposiciones de la LPI
- VI.- Ordenar se suspenda la prestación del servicio o se clausure el establecimiento cuando las medidas que se prevén en las fracciones anteriores, no sean suficiente para prevenir o evitar la violación a los derechos protegidos.

Si el producto o servicio se encuentra en el comercio, los comerciantes o prestadores tendrán la obligación de abstenerse de su enajenación o prestación a partir de la fecha en que se les notifique la resolución. Los productores, fabricantes, importadores y sus distribuidores, serán responsables de recuperar de inmediato los productos que ya se encuentren en el comercio.

Finalmente, la comisión de alguna infracción administrativa, dará origen a la aplicación de las correspondientes sanciones por el IMPI, independientemente de la indemnización que pudiera reclamarse por daños y perjuicios causados, en los términos de

³⁸ García Cristiani Julio Javier, La defensa y aplicación efectiva de los derechos de Propiedad Industrial en México, Pág.33
La Protección de los Derechos de Propiedad Industrial, Barra Mexicana de Abogados, Editorial Themis , México 1997

la legislación civil y de la LPI, y de conformidad con el Artículo 214 de la LPI, establece cómo sanciones:

- I.- Multa hasta por el importe de veinte mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal;
- II.- Multa adicional hasta por el importe de quinientos días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, por cada día que persista la infracción;
- III.- Clausura temporal hasta por noventa días;
- IV.- Clausura definitiva;
- V.- Arresto administrativo hasta por 36 horas.

La resolución que emita el IMPI, deberá ser congruente, motivada y exhaustiva.

2.2.2.3 Regulación actual. Delitos

La Propiedad Industrial, constituye un bien de carácter inmaterial, y los derechos conferidos respecto de ella, de igual forma, sin embargo las conductas que los lesionan, deben ser exteriorizados, y recaer en objetos identificables.

Dentro de los delitos previstos en el Artículo 223 de la LPI, es necesario para efectos del presente trabajo enfocarse primordialmente en las fracciones II y III, referente a la falsificación de marcas de forma dolosa, y con el fin de especulación comercial; producir, almacenar, transportar, introducir al país, distribuir o vender, en forma dolosa y con fin de especulación comercial, objetos que ostenten falsificaciones de marcas protegidas, así como aportar o proveer de cualquier forma, a sabiendas, materias primas o insumos destinados a la producción de objetos que ostenten falsificaciones de marcas, ambos delitos perseguibles por querrela necesaria.

Es importante señalar, que el término “escala comercial”, utilizado en ambas fracciones, fue tomado del TLCAN. Es necesario señalar que la expresión “falsificar marcas” es imprecisa, en tanto que lo que realmente se falsifica es el producto y no la marca. De igual manera las expresiones “de forma dolosa” y “a escala comercial”, no resultan sustanciales, ya que necesariamente el dolo existe al emplearse una marca

registrada en forma ilegal, y la escala comercial técnicamente se alcanza por la sola puesta en circulación de los productos respectivos.³⁹

La Ley Federal del Derecho de Autor, la Ley Federal de Propiedad Industrial y el Código Penal Federal establecen las bases para la protección administrativa y penal del derecho de autor. La denominada "piratería" es una actividad ilícita que afecta los derechos de autor, entendidos estos como la facultad exclusiva de los creadores intelectuales para explotar por sí o por terceros las obras de su autoría, y es el atentado más común contra la propiedad intelectual e industrial, por la afectación del derecho de reproducción y su distribución a escala comercial.

Ya se ha descrito en el primer capítulo de este trabajo, que bajo el concepto de propiedad intelectual se tutelan a las obras literarias, artísticas, musicales, cinematográficas, fotográficas, arquitectónicas, programas de computo, entre otras (propiedad intelectual), así como lo relativo a las patentes, certificados de invención, marcas para productos o servicios, dibujos o modelos industriales y la competencia desleal (Propiedad Industrial).⁴⁰

De conformidad con el Acuerdo Nacional Contra la Piratería, suscrito el pasado 15 de junio de 2006, por piratería debe entenderse "toda aquella producción, reproducción, importación, comercialización, venta, almacenamiento, transportación, arrendamiento, distribución y puesta a disposición de bienes o productos en contravención a lo establecido en la Ley Federal del Derecho de Autor y en la Ley de la Propiedad Industrial".

Tal es la magnitud de este fenómeno, que ha afectado la creación de empleos y el crecimiento económico; puesto en entredicho la perspectiva de desarrollo de sectores estratégicos para el país; limitado el crecimiento y la participación de empresas formales y productivas en el mercado y ocasionado escenarios de competencia desleal al aumentar la economía informal y al disminuir la calidad de productos y servicios. Ha impedido al erario federal la posibilidad de aumentar su recaudación y desalentado la actividad creativa al impedir la aparición continua de nuevos y mejores productos y servicios en el mercado, que

³⁹ Mauricio Jalife Daher, Aspectos Legales de las Marcas en México, Edit. Iniza, México 1995, Pág. 86

⁴⁰ Delitos en Materia de Derechos de Autor y de Propiedad Industrial.

Procuraduría General de la República

<http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor.asp>

Fecha de Consulta: Octubre 2008

es uno de los signos clave para evaluar la competitividad de un país.⁴¹ Y es por los graves daños que ocasionan estas conductas no sólo para los titulares de derechos marcarios, clientes y la economía de los países, que es urgente atender los ilícitos que afectan la propiedad intelectual e industrial.

De acuerdo a la Procuraduría General de la República (PGR) y estudios realizados por la Alianza Internacional de Propiedad Intelectual (AIPI), de 1996 a 2001, México enfrentaba una grave problemática en materia de violación a los derechos de autor y Propiedad Industrial, siendo el combate a tales delitos ha sido una demanda reiterada de los sectores productivos afectados y también por los principales socios comerciales de nuestro país, en particular los Estados Unidos de Norteamérica. Las cifras proporcionadas por la AIPI, indicaban que en el país se generaron pérdidas por dichos ilícitos de aproximadamente \$2,935.5 millones de dólares.⁴²

Para una mejor ejemplificación de lo anterior se transcribe una tabla tomada de la página de la PGR, con base en la información proporcionada por la AIPI :

PIRATERIA EN MEXICO: 1996-2001							
PERDIDAS ESTIMADAS (millones de U.S. dólares)							
INDUSTRIA	2001	2000	1999	1998	1997	1996	TOTAL
Películas	50	50	60	62	55	61	338
Música	366,8	300	80	80	70	60	956,8
Software de negocios	150	145,7	108,8	122	108	108,4	742,9
Software de entretenimiento	202,5	NR	NR	170,1	163,2	150	685,8
Libros	40	30	37	35	35	35	212
TOTAL	809,3	525,7	285,8	469,1	431,2	414,4	2.935,5

Fuente: IIPA, México Copyright Report, Marzo 2002

Por otra parte, en el bienio 2002-2003 México pasó del tercero al sexto lugar de un total de 63 países, donde la AIPI monitoreó las pérdidas estimadas por la producción y comercialización de mercancía apócrifa.

⁴¹ Acuerdo Nacional Contra la Piratería

<http://pirateria.pgr.gob.mx/>

Fecha de Consulta: Octubre 2008

⁴² Delitos en Materia de Derechos de Autor y de Propiedad Industrial.

Procuraduría General de la República

<http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor.asp>

Fecha de Consulta: Octubre 2008

	PAÍS	2002
1	China	1932.5
2	Rusia	847.2
3	México	806.2
4	Brasil	708.3
5	Corea	652.1
6	Italia	542.3
7	India	363
8	Taiwan	332.9
9	Malasia	328.5
10	Paraguay	262.1

	PAÍS	2003
1	China	1893.3
2	Rusia	1031.9
3	Taiwan	847.9
4	Italia	783.8
5	Corea	738.8
6	México	717.9
7	Brasil	715.2
8	Polonia	520.6
9	India	375.8
10	Indonesia	259.9

En América Latina, para el mismo período. México encabezó a los países de la región en pérdidas por la producción y comercialización de mercancía apócrifa.

La LPI, establece que son competentes los tribunales federales para conocer de los delitos en esta materia, así como de las controversias mercantiles y civiles y de las medidas precautorias que se susciten con motivo de la aplicación de la ley. También se prevé la posibilidad de la competencia concurrente, al determinar que cuando las controversias sólo afecten intereses particulares, podrán conocer de estas, a elección del actor, los tribunales del fuero común, sin perjuicio de la facultad de los particulares de someterse al arbitraje.

2.2.2 Estados Unidos de Norteamérica

La competencia desleal esta basada en la noción relativa a la protección contra conductas impropias en el comercio. El término de competencia desleal se refiere a una amplia variedad de actos y prácticas que constituyen conductas comerciales impropias incluyendo la falsa publicidad, apropiación indebida, imitación, el uso sin permiso de logotipos en productos competitivos, y la piratería, casos que continúan en expansión en todo tipo de productos. La interpretación del término competencia desleal, realizado en *Bank of W. v. Superior Court*, 226 Cal. App. 3d 835, 277 Cal. Rptr. 219 (1991), se sostuvo

de tal forma que se considera como tal, a las conductas ilegales, injustas o fraudulentas en lo negocios⁴³.

En general, se reconocen dos niveles de infracción de marcas en su aplicación sobre el derecho de marcas:

- "Falsificaciones", consideradas como aquellas espurias, no originales, pero idénticas o sustancialmente indistinguible de otra que sí esta registrada ante la *USPTO*, de conformidad, con el Título 15 USC § 1127.

- "Confusión por similitud", cuando una marca es similar a otra marca auténtica, de tal manera que es probable que se cree confusión en cuanto a la fuente o el patrocinio, según el Título 15 USC § 1114, 1127.

En el caso particular de estudio, se conoce como piratería, la comercialización de productos aprovechándose de la buena fe y reputación de un competidor.

El Título 19 U.S.C. § 1526(e), establece que son sujeto de incautación y decomiso cualquier mercancía que lleve una marca falsificada, misma que de acuerdo con el Título 15 USC Sección 1127 define la "falsificación", como una marca falsa, que es idéntica o sustancialmente indistinguible de una marca registrada.

El Título 18 U.S.C. § 2320, prohíbe el tráfico intencional o intento de tráfico de bienes o mercancías falsas, y establece sanciones criminales como castigo.

De conformidad con el Título 19 CFR § 133.27, y a lo autorizado por 19 USC § 1526 (f), se podrá imponer una multa civil en relación con las incautaciones de mercancía falsificada. Para el primer decomiso de tales mercancías, la multa no será superior al valor nacional de la mercancía, como si esta hubiera sido una verdadera basada en el precio referido por el fabricante al momento de la incautación. Para la segunda y posteriores violaciones, la multa no será más del doble de ese valor.

Como complemento de la legislación, la *USPTO* realiza grandes esfuerzos para desarrollar y fortalecer la protección de la propiedad intelectual, brindando asesoría al Secretario de Comercio, el Presidente de los Estados Unidos de Norteamérica, y la Administración sobre patentes, marcas, y la protección del derecho de autor. También

⁴³ Protecting Trade Secrets, Patents, Copyrights and Trademarks, Robert C. Dorr y Munch, Aspen Law & Business, USA 1995, Pág 3

imparte capacitación a los funcionarios de aduanas de otros países sobre las técnicas que se pueden utilizar para detectar posibles violaciones de derechos de propiedad intelectual; presta apoyo en las negociaciones de los tratados internacionales, y representa los intereses de los Estados Unidos de Norteamérica en relación con los derechos de propiedad intelectual.

El creciente comercio mundial de mercancías pirateadas y falsificadas amenaza la economía, la competitividad de las empresas líderes y los pequeños fabricantes, y los medios de vida de sus trabajadores. Para ayudar a combatir este creciente problema, se creó una estrategia de orientación contra piratería organizada (*STOP!*). Se desarrolló como la más amplia iniciativa para romper con las redes criminales que trafican mercancías falsificadas y pirateadas, para detener el comercio de estas mercancías en las fronteras de Norteamérica, y con ello ayudar a las pequeñas empresas y hacer valer sus derechos en el exterior.

Cuando se registra una marca comercial ante la *USPTO*, esta información puede ser presentada ante la Oficina de Aduanas y Protección Fronteriza (*BCBP*) para impedir la importación de mercancías extranjeras infractoras.

La *BCBP* protege a las empresas y consumidores, luchando contra el comercio de productos falsificados y pirateados a través de un agresivo programa de aplicación de derechos de propiedad intelectual. Reteniendo productos falsificados y pirateados que son importados a EUA.⁴⁴

La Cámara de Comercio, ante la preocupación por la pérdidas calculadas de 600 billones de dólares a causa de actos criminales cometidos en contra de la propiedad intelectual, además de la puesta en riesgo de 750,000 trabajos, daños a los consumidores, los daños causados a la innovación, han creado el Centro Global de la Propiedad Intelectual (*GIPC*), con el que se pretende luchar a favor de los derechos de la Propiedad Intelectual, a través de:

- Documentación y exposición del valor de la Propiedad Intelectual (PI).

⁴⁴ U.S. Customs and Borders
http://www.customs.gov/xp/cgov/trade/priority_trade/ipr/
Fecha de Consulta: Octubre 2008

- Educando a los consumidores sobre los daños que pueden causarse a sí mismos y a otros, si adquieren productos falsos e ilegales.
- Haciendo reclamos fuertes a los gobiernos y a organismos internacionales, para mejorar la protección de la PI.
- La celebración mundial de socios comerciales responsables de la protección de los derechos de propiedad intelectual y el trabajo con la aplicación de la ley en los Estados Unidos de Norteamérica y en el extranjero para poner un fin a la falsificación y la piratería.
- La construcción de un consenso mundial que en la era de la información de propiedad intelectual es absolutamente esencial para la innovación que la unidad económica el crecimiento y el progreso en el siglo 21, para todas las economías.

El *GIPC*, ha creado una serie de estrategias para alcanzar estos objetivos. Tomando en consideración que hoy en día, las organizaciones criminales y terroristas obtienen enormes beneficios sobre las ventas de bolsos de mano pirata, los productos farmacéuticos falsos, y otros productos falsos. Hasta la fecha, los gobiernos y la aplicación de la ley han tenido problemas para contener la propagación de este comercio.

A través del *GIPC*, se formó la Coalición en contra de la Falsificación y la Piratería (*CACP*), para pelear contra de la piratería y falsificación, y defender la economía, trabajos, la salud y seguridad de los consumidores, además de la comunidad empresarial. La *CACP*, tiene más de 500 miembros y tiene por objetivo dar a conocer los efectos de estas prácticas, así como buscar soluciones reales para implementarlas junto con los gobiernos, industria, líderes de opinión, medios de comunicación y consumidores. Este año 2008, se ha fijado unos cuantos objetivos, los cuales servirán para medir el impacto de la lucha contra la falsificación y la piratería, y que son:

- Difusión de la campaña “Protegiendo América”⁴⁵

⁴⁵ Presentada el pasado junio, y que tiene seis objetivos específicos:
 1.- Incrementar los recursos del Departamento de Seguridad y d Justicia
 2.- Reforzar las fronteras

- Fortalecimiento del compromiso de las Agencias Federales
- Construcción de compromisos con socios estratégicos
- Fortalecimiento y Reforzamiento de los esfuerzos a nivel local y federal.⁴⁶

Recientemente la falsificación y piratería de productos incluye, medicamentos, frenos y autopartes, baterías, partes para aviones, productos de belleza, vino y software de computadoras. Ningún producto está a salvo de la falsificación y piratería, estos artículos se han incrementado por la cadena de oferta y demanda que existe entre los consumidores y los comerciantes. El costo y pérdidas registradas por las industrias a causa de la piratería, se reflejan en la gráfica siguiente:

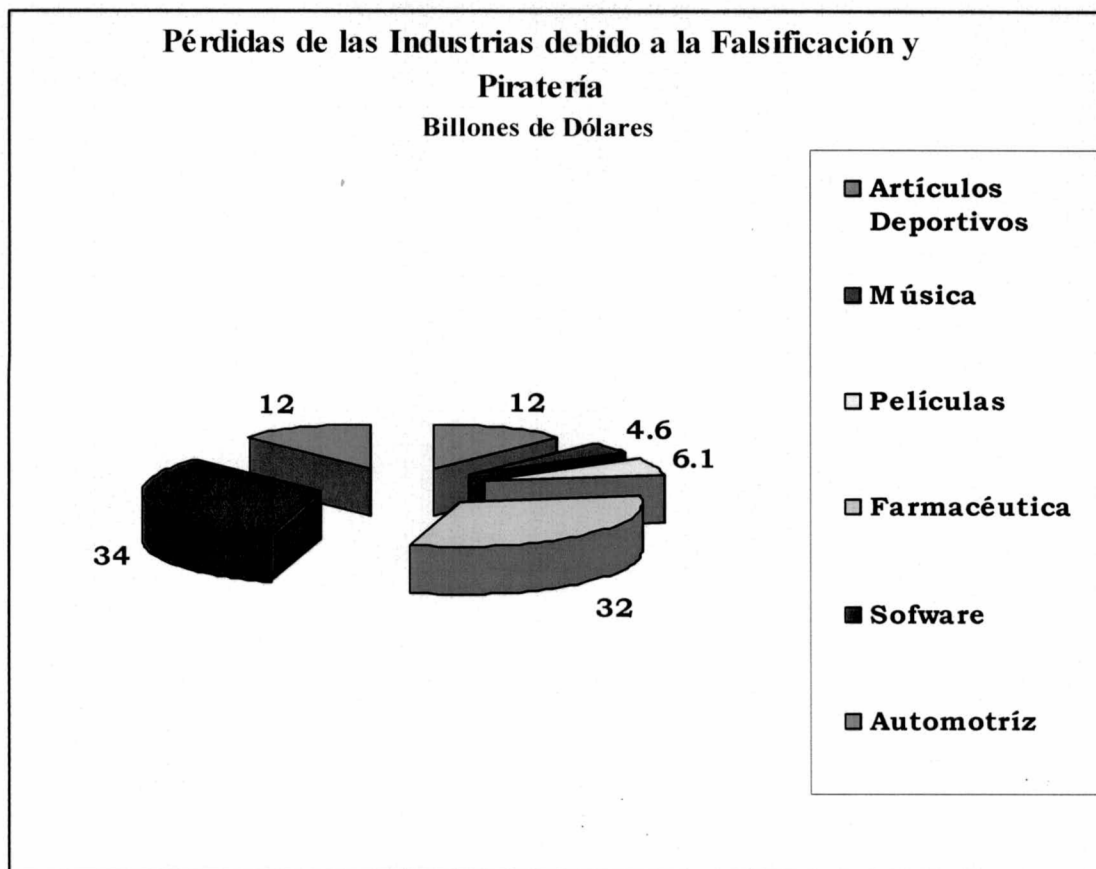
-
- 3.- Incremento de penalidades
 - 4.- Mejorar la Coordinación del gobierno federal
 - 5.- Educar a los consumidores
 - 6.- Reformar los procesos civiles y judiciales.

⁴⁶ Coalition Against Counterfeiting and Piracy

Global Intellectual Property Center

Fecha de Consulta: Noviembre 2008

<http://www.theglobalipcenter.com/gipc/cacp/default.htm>



47

2.2.3 Canadá

Según el *Trademark Act (TMA)* sección 7, se considera dentro de las prácticas de competencia desleal:

- a) Hacer una falsa o engañosa declaración que tiende a desacreditar la empresa, productos o servicios de un competidor;
- b) Dirigir la atención del público a sus productos, servicios o empresas de tal manera que cause o pueda causar confusión en Canadá, entre sus productos, servicios o empresas y la productos, servicios o negocios de otro;
- c) Hacer pasar un producto o servicio, por otro distinto al solicitado;
- d) El hacer uso de productos o servicios, de cualquier descripción que es falsa en relación con un material y puedan

⁴⁷ De conformidad con datos obtenidos en Global Intellectual Property Center. Counterfeiting and Piracy Threats to Consumers. Pág. 2
 Fecha de Consulta: Noviembre 2008
<http://www.theglobalipcenter.com/NR/rdonlyres/ehp7afbed2logqwg4zkhprnmhps3dtsq7f53nubwhduodmae mgeijhwqmlcgcdsmmhae7c7nclssehvmigyk4l6e/IPFactSheetlowresolution.pdf>

inducir a error a la opinión pública en cuanto a
(i) el carácter, la calidad, la cantidad o la composición,
(ii) el origen geográfico, o
(iii) el modo de la fabricación, producción o rendimiento de los productos o servicios, o
e) Realizar cualquier otro acto o adoptar cualquier otra práctica comercial contraria a los usos honestos industriales o comerciales en Canadá.

De acuerdo con el *Copyright Act*, la penalidad máxima por manufacturar, importar o distribuir productos no originales, es de un millón de dólares canadienses y 5 años de prisión.

De acuerdo a la Cámara de Comercio Canadiense (CCC), la falsificación de productos y la piratería⁴⁸, continúa tendiendo un impacto en Canadá y el mundo. Los delitos cometidos contra la propiedad intelectual constituyen un estigma social y otras ofensas, además de un daño a la economía, en tanto que es responsable por las pérdidas de oportunidades de empleo y la disminución en la recaudación de impuestos, incluso de la puesta en peligro de la salud y seguridad de los consumidores, debido a la baja calidad de los productos falsos. La falsificación y piratería también se encuentran vinculadas con el crimen organizado, no hay industria que escape a estas actividades ilegales.

La Cámara Internacional de Comercio (ICC) ha estimado que en el comercio se encuentran al rededor de 700 billones anuales, de mercancía falsificada.

Según datos de la Real Policía Montada de Canadá (RCMP), entre 2002 y 2004, se realizaron 1,800 investigaciones relativas a la falsificación de productos en Canadá; durante ese mismo periodo se presentaron alrededor de 2,200 cargos en contra de personas y 100 en contra de empresas. Además de esto, se reporta que se han confiscado productos falsificados, que representan millones de dólares, y pese al combate de estos actos

⁴⁸ Con respecto a los "productos falsificados" abarcarán, aquellos productos que son evidentemente copias engañosas de los productos existentes, son pues, reproducciones no autorizadas de esas marcas. Con respecto a los "productos piratas productos", la definición debería abarcar los productos a los que son claramente copias no autorizadas de partes sustanciales de las obras protegidas por derechos de autor o derechos conexos.

criminales, se ha incrementado el número de productos falsificados ahora ensamblados en Canadá.⁴⁹

La falsificación de productos en Canadá, va desde el agua embotellada hasta automóviles. Tan sólo un caso narrado por la Red Canadiense de Lucha contra la Falsificación (CACN)⁵⁰ es el relativo al ingreso de baterías fabricadas en China, a través del puerto de Vancouver, y que tenían la leyenda de haber sido hechas en Estados Unidos de Norteamérica, cuándo varios meses antes los funcionarios de aduanas en Long Beach, California habían hecho una importante incautación de un mismo tipo de pilas, lo que llevó a la especulación de que después de la incautación, los falsificadores habían desviado de sus envíos a través de Vancouver para tomar ventaja de Canadá de la laxitud de las fronteras.⁵¹ Y casos similares han pasado con empresas tales como *Art in Motion*⁵², *Bayly Communication Inc*⁵³,

⁴⁹ Intellectual Property Crime. The Royal Canadian Mounted Police (RCMP)

Fecha de Consulta: Noviembre 2008

http://www.rcmp-grc.gc.ca/fio/intellectual_e.htm

⁵⁰ Coalición formada por individuos, compañías, firmas y asociaciones, que se han unido para combatir la producción, comercialización y uso de productos falsificados y que violan los derechos marcarios, tanto en Canadá como a nivel Internacional.

CANADIAN ANTI-COUNTERFEITING NETWORK (CACN)

POSITION PAPER. THE NEED FOR LEGAL REFORM IN CANADA TO ADDRESS INTELLECTUAL PROPERTY CRIME Brian Isaac & Carol Osmond. January 2006

Fecha de Consulta: Noviembre 2008

<http://www.cacn.ca/PDF/CACN%20Position%20Paper%20January%202006%20Clean.pdf>

⁵¹ Idem, citando a News Release, RCMP, Seizure of Counterfeit Duracell Batteries (Nov. 13, 2002); and NLCIFT Study, *ibid*, at 17 and 69.

⁵² Empresa radicada en Coquitlam, Columbia Británica, Se especializa en la creación de Artículos de alta calidad, reproducciones, ediciones limitadas y productos decorativos para el hogar, y distribuye sus productos en todo el mundo. La lucha contra la piratería es una batalla constante para esta empresa canadiense que regularmente, encuentra copias piratas de sus obras de arte y productos en Canadá y en el resto del mundo. La empresa ha llevado a cabo una relativamente agresiva estrategia de aplicación, pero copias no autorizadas siguen estando disponibles en Canadá e internacionalmente, afectando negativamente la compañía, los artistas canadienses y la economía canadiense en general.

⁵³ Empresa privada canadiense situada en Ajax, Ontario. Bayly, que tiene aproximadamente 30 empleados, y es uno de los principales fabricantes de acceso a la red de transmisión y productos de telecomunicaciones, de todo el mundo. En el otoño de 2002, Bayly descubrió que sus multiplexores digitales se copian en China. En ese momento, Bayly estima que los productos no autorizados, fabricados en China representan hasta un 25% de su negocio. Bayly no ha sido capaz de identificar la empresa en China que realiza la fabricación de copias de sus productos o los mercados en el que se venden, la empresa simplemente no tiene los recursos para hacer frente a esta grave amenaza para su negocio.

*Spin Master*⁵⁴, además de empresas dedicadas a la producción y comercialización de vinos, drogas, juguetes y una inmensidad de productos.

De acuerdo con la *CACN* se estima que la piratería y falsificación de bienes en Canadá, tiene un costo aproximado de veinte a treinta billones de dólares anuales, y que van en incremento, lo que resulta en un impacto económico significativo para las compañías canadienses y los gobiernos. En 2005, Canadá, junto con los Estados Unidos de Norteamérica y México puso en marcha la Alianza para la Seguridad y la Prosperidad de América del Norte (ASPAN), siendo una de las iniciativas un trabajo coordinado hacia lucha contra la falsificación entre los tres países, misma que busca la mejora, detección y disuasión contra la falsificación de productos y la piratería.

En 1994 Canadá realizó cambios al *TMA* y al *Copyright Act*, estableciendo medidas conformes a las obligaciones contraídas en el *ADPIC* y *TLCAN*, sin embargo, las disposiciones adoptadas no imponen obligación alguna sobre las autoridades de conformidad con el *Customs Act*, para tomar medidas de oficio respecto de la importación de objetos falsificados y pirateados. En lugar de ello, los titulares legítimos de los derechos, están obligados a obtener una orden judicial de la Dirección de Aduanas, para detener a los traslados especificados de las mercancías infractoras. La información de propiedad intelectual que deben proporcionar los propietarios para obtener una orden que generalmente no es disponible para ellos, dada la naturaleza clandestina de la falsificación y la piratería. Además, las disposiciones exigen costosos procedimientos judiciales para ordenar la detención y, en última instancia para determinar la legalidad de la importación. Como resultado de ello, la ejecución de la medida, no se utiliza. “El resultado práctico es que Canadá no tiene ninguna eficacia civil o en su sistema administrativo para la aplicación de los derechos de propiedad intelectual en la frontera.”⁵⁵

La *RCMP* y la Agencia de Servicios Fronterizos (*CBSA*), actualmente trabaja en conjunto con otros organismos encargados de hacer cumplir la ley en todo Canadá de manera coordinada en un intento de contrarrestar las amenazas que plantean los delitos

⁵⁴ Empresa radicada en Toronto y, que es uno de los 10 principales fabricantes de juguetes mundial, estima que en 2003, perdió 10 millones de dólares en ingresos debido a importaciones baratas procedentes de China.

⁵⁵ *Ibidem*. Pág. 31

contra la propiedad intelectual. Sin embargo, las leyes de Canadá son débiles, en particular respecto de las infracciones cometidas por violaciones a marcas, además de la falta de protección en la frontera.

De acuerdo con la CCC, “los organismos encargados de hacer cumplir la ley y los fiscales necesitan mejores leyes proporcionando una mayor capacidad para luchar contra el producto de la falsificación y la piratería. Los funcionarios de aduanas deben tener mayor competencia, además de recursos adicionales, para realizar búsquedas cuándo se tenga la sospecha de envíos de mercancías falsificadas, para que puedan comunicarse con los titulares de los derechos de propiedad intelectual y, con ello permitir se acredite y sancione plenamente la responsabilidad penal, civil a los infractores, y / o en dado caso se apliquen sanciones administrativas, además de disuadir la distribución de productos falsificados y pirateados.”⁵⁶

También considera la CCC, que se deben hacer modificaciones a la ley canadiense, a fin de fortalecer a las agencias y dotar de herramientas a la policía, para combatir la piratería y falsificación, realizando ajustes en la *TMA*, en el *Criminal Code* y *Copyright Act*, cambios que deberían proporcionar una definición clara de la actividad prohibida, dotando a las autoridades de competencia para buscar, decomisar y destruir productos falsificados tanto dentro de Canadá, como en las fronteras, pues en la actualidad no resultan eficaces los medios para castigar la fabricación, distribución posesión y utilización de los productos piratas.

⁵⁶ Submission to the Department of Foreign Affairs and International Trade 15 de junio de 2006. Pág. 2
THE CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE
Fecha de Consulta: Noviembre 2008
<http://www.chamber.ca/cmslib/general/Submission%20to%20DFAIT%20on%20IP%20rights.pdf>

CAPITULO III

CAPITULO XVII TLCAN

Como resultado de la actividad económica mundial, ha crecido el interés y la necesidad de brindar protección a la Propiedad Industrial y, por ende, a las actividades relacionadas con ella en todos los países; de tal forma que se han creado nuevas formas de protección, y México no ha sido ajeno a todas estas transformaciones.

Como ya se ha visto en los capítulos anteriores, la importancia de la Propiedad Industrial en la actualidad se ha incrementado, y de forma particular la de las marcas, tanto así que la protección no sólo se ha plasmado en los instrumentos legales de cada país, sino incluso se han creado organismos internacionales para garantizar el reconocimiento y protección de los derechos; así mismo los países que son socios comerciales, han celebrado tratados internacionales, dentro de los cuales han incluido apartados especiales relativos a la propiedad intelectual, quedando plasmados en estos acuerdos el compromiso de las Partes de hacerlos valer en todo momento, y brindar seguridad jurídica a los titulares legítimos de ellos.

En el caso particular de México, uno de sus principales socios comerciales de antaño es Estados Unidos de Norteamérica, con quién, ha venido realizando intercambios de todo tipo desde hace tiempo, de igual forma, las relaciones comerciales entabladas con Canadá⁵⁷, hicieron necesaria la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCAN), a fin de eliminar las barreras del comercio y facilitar el flujo de mercancías y personas entre los tres países de América del Norte. En cuanto al tema de estudio del presente trabajo, y dada la importancia de la materia, se incluyó un capítulo exclusivo relativo a la Propiedad Intelectual, mismo que figura dentro del texto del tratado como el Capítulo XVII.

Con la firma del TLCAN, se buscó que, en todos los niveles y aspectos, principalmente los jurídicos se realizarán modificaciones a los instrumentos nacionales, a fin de lograr uniformarlos, para así, hacer más fluidas y menos inciertas las operaciones realizadas entre las Partes y sus nacionales. Y es en este sentido que la protección de la

⁵⁷ Véase Anexo 6

propiedad intelectual (*lato sensu*), se previó el acuerdo, debido a que está, íntimamente ligada a los intereses de empresas que desarrollan sus actividades en un plano internacional, y siguiendo con este argumento, Mauricio Jalife Daher comenta, que “la adecuada protección de las marcas y patentes de una empresa, ha sido considerada siempre como una condición para que la inversión extranjera pueda fluir a un país.”⁵⁸

Debe reiterarse lo mencionado en el primer capítulo de este trabajo, en relación a que la defensa de los derechos de Propiedad Industrial, fue uno de los aspectos que recibió mayor atención, debido a las múltiples demandas que había venido haciendo Estados Unidos de Norteamérica respecto de los países del tercer mundo, en los que considera que los derechos de Propiedad Industrial no son garantizados ni respetados; y en varios casos de esta índole se vio involucrado México, motivo por el cual, los reclamos surtieron efecto y, el compromiso de brindar protección a este tipo de derechos se plasmó en el tratado.

Asumiendo las Partes la responsabilidad de garantizar a través de sus instituciones jurídicas, el reconocimiento y defensa de los derechos marcarios a sus titulares legítimos, y en el caso de análisis, la tutela de ellos respecto de aquellas prácticas consideradas como desleales en el comercio, ciñéndose en esta investigación, a la “piratería y falsificación”.

La plusvalía garantizada de las marcas, trae aparejado que, terceros aprovechándose de la preferencia de los consumidores por ellas, obtengan un beneficio ilegítimo. Siendo éstas prácticas, comunes en todo el mundo, lo que se ve reflejado en las cifras que reportan tanto dependencias de los tres gobiernos, cómo las dadas por organismos especializados y cámaras de comercio, es por ello que los países se han organizado para combatirla, ya sea desde los organismos internacionales creados para la protección de la propiedad intelectual o como ya refirió anteriormente, a través de los acuerdos comerciales que han celebrado entre ellos.

Tal es la gravedad del asunto a nivel mundial y en este caso, regional, que ningún producto, marca, servicio ni empresa, se encuentra a salvo, por lo que más allá del aspecto económico, ahora está en juego la salud y la vida de los consumidores.

⁵⁸ Mauricio Jalife Daher, Aspectos Legales de las Marcas en México, Edit. Iniza, México 1995, Pág. 103

3.1 COMPROMISOS PACTADOS ENTRE LOS ESTADOS MIEMBROS PARA LA PROTECCIÓN DE MARCAS

De acuerdo con el texto del Capítulo XVII del TLCAN, denominado Propiedad Intelectual, las Partes pactaron, brindar protección a los derechos de propiedad intelectual, en su legislación interna, creando los instrumentos necesarios para garantizarlos. De esta misma manera se comprometen a establecer los procedimientos que resulten necesarios para que eficazmente se respete la propiedad intelectual, además de los establecidos en el mismo TLCAN, asumiendo la responsabilidad de que estos serán justos y equitativos, sin demoras injustificadas y con plazos razonables, además de que las resoluciones que les pongan fin serán formuladas por escrito, fundadas y motivadas, respetando el debido proceso.

Se convino también que, se buscará prevenir y desalentar la comisión de futuras de infracciones.

En caso de infracción a los derechos de propiedad intelectual se reconoció la prerrogativa del titular legítimo de ellos, de ser indemnizado por el infractor.

Se prevé incluso la posibilidad de retirar de la circulación las mercancías que resulten falsas, cuando no sea suficiente con la remoción de la marca ilícitamente estampada.⁵⁹

En cuanto a las sanciones penales, las Partes se comprometen de la misma forma a fijarlas en su legislación interna y a establecer los procedimientos necesarios para aplicarlas, en los casos de falsificación dolosa de marcas o de piratería de derechos de autor a escala comercial. También se dispondrá que cuando corresponda, sus autoridades judiciales puedan ordenar el secuestro, el decomiso y la destrucción de las mercancías infractoras y de cualquiera de los materiales e instrumentos cuya utilización predominante haya sido para la comisión del ilícito.⁶⁰

Como explica el doctor Naím, "El hábitat natural de gobierno es una nación dentro de las fronteras. El hábitat natural de los traficantes está entre las fronteras nacionales-en las grietas y sombras de la globalización. Los delitos de propiedad intelectual se han vuelto

⁵⁹ Véase Art.1715

⁶⁰ Véase Art.1717

más rentables que el tráfico de drogas, están creciendo más rápido, y no sólo ponen en peligro nuestros puestos de trabajo, pero nuestra seguridad.⁶¹

En relación a esto, se acordó, la protección de las fronteras, ante el hecho de que la entrada de mercancías falsas se da por estos lugares, así como el mayor número de transacciones comerciales ilícitas.⁶² El procedimiento que se establece en el Artículo 1718 del TLCAN, menciona que se podrá suspender la circulación de mercancías falsificadas o pirateadas, previa denuncia realizada por el titular legítimo del derecho ante autoridad judicial o administrativa, cuando tenga la sospecha que estos productos serán introducidos al país, eximiéndose a las partes de realizar esta retención de mercancías en el caso que esta se encuentre de tránsito. El titular legítimo, deberá dar una descripción suficientemente detallada de las mercancías, y otorgar una fianza, para garantizar la retención. Estableciéndose con ello una estrecha colaboración entre las autoridades aduaneras, judiciales y administrativas. En este mismo sentido, se reconoce la facultad de las autoridades para actuar de oficio, cuando a primera vista de las mercancías, se presume que estén infringiendo un derecho de propiedad intelectual.

Las Partes, se comprometen a colaborar entre sí, brindándose asesoría técnica, a fin de promover la cooperación entre las autoridades competentes, incluyendo la capacitación de personal, además del intercambio de información, todo esto con el fin de eliminar el comercio de productos que infrinjan los derechos de propiedad intelectual.

México, se comprometió, según el Anexo 1718.14, a cumplir las obligaciones pactadas en un plazo que no excedería de 3 años, contados a partir de la firma del TLCAN.

3.2 ACCIONES TOMADAS POR MÉXICO CONTRA LA COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS

Como ya se ha comentado, el principal problema de la piratería en México, no consiste en la fabricación de los productos en el territorio nacional, sino en la importación

⁶¹ Intellectual Property, Creating Jobs, saving lives, improving the World. Págs. 3 a 13

Global Intellectual Property Center

Fecha de Consulta: Noviembre 2008

http://www.theglobalipcenter.com/NR/rdonlyres/ebynkugywgpb7i6tclq3qotsjqu3xsguy4dj6jxxuyw2iys2uarb7yjteg52qka4ax4kxv63cyvt246w45knudcoh/gipc_ipbook.pdf

⁶² Véase Anexo 5

de los mismos, es por ello que debe tomarse en consideración que, el primer antecedente en México relativo a la impedir la importación de productos infractores de derechos de marcas, fue el “Acuerdo que Prohíbe la Importación de Mercancías que Ostenten Ilícitamente Marcas Registradas en México”, de fecha 17 de marzo de 1987, que buscaba impedir el ingreso de mercancías infractoras de derechos marcarios; esencia que fue retomada por el Reglamento de la Ley de Invencciones y Marcas de 1988. Sin embargo los procedimientos y formularios que se debían implementar para cumplir con el propósito de dichas disposiciones, nunca fueron implementados, por lo que la aplicación para impedir el ingreso de mercancías infractoras de derechos de Propiedad Industrial se redujo a unos cuantos casos aislados.

En virtud de estos antecedentes, México, en observancia de las disposiciones del TLCAN, tuvo que realizar ajustes para garantizar la eficacia de los derechos, a fin de que los titulares legítimos pudieran hacerlos valer, al menos de forma similar a la protección ya conferida por los otros dos socios comerciales.⁶³ Como parte de las acciones realizadas por el gobierno mexicano en los últimos años, comprenden la colaboración entre las dependencias de la administración pública federal, junto con empresas y vinculación con la sociedad civil (consumidores), este compromiso conjunto, se plasmó en el Acuerdo Nacional contra la Piratería (ANCP), firmado en 2006, cuyo objetivo primordial es combatir la cultura de la ilegalidad y reestablecer el estado de derecho, garantizando el respeto a los derechos de propiedad intelectual (sentido amplio), atacando la ilegalidad en esta materia y recuperando el mercado interno, incluyendo en esta política de estado a los tres órdenes de gobierno, Federal, Estatal y Municipal, así como a los tres poderes del Estado, respetando la esfera de sus competencias, quedando firme el compromiso del Estado Mexicano, para contener y erradicar la piratería.

Como parte de las estrategias planteadas en el ANCP, se consideró necesario, reactivar la planta industrial, fortalecer e impulsar el crecimiento de empresas formales, crear empleos y procurar un mayor desarrollo económico, incrementar el universo de contribuyentes que generen recursos al erario federal y que permitan fortalecer el gasto

⁶³ Mauricio Jalife Daher, Aspectos Legales de las Marcas en México, Edit. Iniza, México 1995, Pág. 124

social, fortalecer la cultura de la legalidad, asegurar una eficiente procuración y administración de justicia, a fin de disminuir los índices de impunidad.

Como parte de las entidades, vinculadas a la lucha contra la piratería, la PGR, ha plasmado, cómo parte de su visión, la intención de combatir el comercio de mercancías apócrifas, el compromiso de México, de “constituir un frente institucional eficiente y eficaz para el control y supervisión de la aplicación de la normatividad administrativa en materia de derechos de autor y Propiedad Industrial, así como para la prevención, investigación y persecución de infracciones y delitos en dichas materias, mediante una sistemática y coordinada realización de acciones especializadas que se orienten a erradicar la impunidad y reducir la incidencia delictiva en la materia, mediante la formulación de propuestas de reformas legislativas que faciliten las acciones institucionales, de campañas de concientización para la prevención de tales ilícitos, de acciones contundentes contra el suministro de materia prima para la reproducción ilícita de bienes protegidos por las leyes de la materia, así como contra la producción, transportación, almacenamiento y comercialización de productos reproducidos ilegalmente.”⁶⁴

La PGR cuenta con una Unidad Especializada en Investigación de Delitos contra los Derechos de Autor y la Propiedad Industrial (UEIDDAPI), que recibe denuncias o querellas que se originen por hechos posiblemente constitutivos de delito en materia de Derechos de Autor y Propiedad Industrial, además de integrar, investigar y resolver las averiguaciones previas y actas circunstanciadas que se originaron por la denuncia o querrella presentada por la posible comisión de los delitos antes citados.⁶⁵ Siendo las estrategias principales de esta dependencia, frente a la piratería y productos falsificados, son:

- La coordinación, entre las autoridades competentes de los tres órdenes de gobierno, para atender integralmente la problemática existente.

⁶⁴ Procuraduría General de la República

Fecha de Consulta: Noviembre 2008

<http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor/Mision%20y%20Vision.asp>

⁶⁵ Bis

<http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor/Servicios%20que%20presta%20la%20unidad.asp>

- La vinculación entre las autoridades y los titulares de derechos, para recoger directamente sus querellas, recibir sus preocupaciones en la materia y elaborar conjuntamente estrategias cuyos resultados sean evaluados en forma transparente.
- La reorganización, para aplicar todos los recursos institucionales disponibles a la atención de la problemática, distribuyendo adecuadamente las competencias por especialidad y regionalidad.
- La capacitación, para dotar al personal responsable en forma permanente de aptitud para atender la problemática de manera eficiente.
- La intensificación de acciones, para incrementar los resultados e incidir en la inhibición de las conductas que atentan contra los derechos de propiedad intelectual e industrial.

De esta misma forma ha establecido, como líneas de acción:

- Fortalecer el trabajo de inteligencia para incrementar y hacer más eficaces cateos y operativos.
- Adicionar al diagnóstico permanente de la piratería, el impacto de las acciones institucionales contra dicho ilícito.
- Coordinación estratégica de los esfuerzos Interinstitucionales.
- Intensificar la capacitación al personal de las dependencias responsables de la atención y protección de los derechos de propiedad intelectual e industrial.
- Incorporación de representantes del Poder Judicial Federal y del Gobierno del Distrito Federal al Comité Interinstitucional para la Atención y Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual e Industrial.
- Instalación de Comités Interinstitucionales para la Atención y Protección de los Derechos de Propiedad Intelectual e Industrial en los Estados.

Se ha creado un Plan llamado de Usurpación, por indicaciones del titular del Poder Ejecutivo Federal, que tiene como objeto, constituir un frente institucional para la eficaz prevención, investigación y persecución de delitos en dichas materias. Liderado por un Comité Interinstitucional para la Atención y Protección de los Derechos de Propiedad

Intelectual e Industrial, que se encuentra integrado por dependencias del gobierno federal⁶⁶, cámaras nacionales de la industria⁶⁷ y empresas.⁶⁸

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), cuenta con una dirección divisional encargada de atender los asuntos relativos a la protección de la propiedad intelectual, ante la cual se pueden hacer denuncias contra la piratería y productos falsificados. De acuerdo a las cifras que reporta el IMPI, de Enero a Octubre del 2008, ha realizado 47 visitas de inspección a petición de parte y 1468 de oficio, respecto de marcas; asegurando 689,521 productos, con un valor aproximado de 22,991,629, tan sólo como parte de las acciones realizadas en contra de la piratería.⁶⁹

El IMPI en su página de internet, el 23 de octubre del 2007, por parte del Gobierno de México anunció que participaría en discusiones preliminares conjuntas con Canadá, Estados Unidos de América, Japón, Unión Europea, Suiza, Nueva Zelanda y otros países en una propuesta del Acuerdo comercial de lucha contra la falsificación (*ACTA por sus siglas en inglés*). Con la que se pretende establecer nuevos estándares para la observancia de los derechos de propiedad intelectual (DPI) para combatir de manera eficiente el crecimiento prolífico del comercio de bienes piratas y falsificados. Enfocándose en tres aspectos en particular:

⁶⁶ PGR, y Secretarías de Economía (IMPI), Hacienda (Administración Central de Investigación Aduanera, Servicio de Administración de Bienes Asegurados), Educación (INDAUTOR), Seguridad Pública, Gobernación (Centro de Investigación y Seguridad Nacional), y Seguridad Pública del Distrito Federal.

⁶⁷ Cámara Nacional de la Industria del Vestido, Cámara Nacional de Comercio de la Ciudad de México, Cámara Nacional de la Industria Editorial Mexicana, Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable, Cámara Nacional de Manufacturas Eléctricas, Sociedad de Autores y Compositores de México, Centro Mexicano de Protección y Fomento de los Derechos de Autor, Asociación Protectora de Derechos Intelectuales Fonográficos, Asociación Mexicana de Productores de Fonogramas y Videogramas, Productores Nacionales de Fonogramas, Videogramas y Multimedia, A. C., Motion Picture Association, Asociación Mexicana de Propiedad Intelectual, Asociación Mexicana del Derecho de la Industria del Entretenimiento y Actividades Culturales, Embajada de los Estados Unidos de Norteamérica Estados Unidos de Norteamérica de Norteamérica de América.

⁶⁸ Grupo Televisa, Phillip Morris de México, British American Tobacco – México, Adidas, Nike, NFL, Epson, Canon, Xerox, Microsoft, Auto Desk, Levis, Calvin Klein, Guess, Warner, Louis Vuitton Malletier, United Picture, Hanna Barbera, Mattel, Play Station, Nintendo.

⁶⁹ Dirección Divisional de Protección a la Propiedad Intelectual, Enero-Octubre 2008.

Acciones contra la Piratería (IMPI)

Fecha de Consulta: Noviembre 2008.

http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=323&Itemid=318

a) Incrementar la cooperación internacional, específicamente cooperación e intercambio de información entre las autoridades encargadas de la observancia, incluyendo aduanas y otras agencias responsables.

b) Establecer mejores prácticas para la observancia; que promuevan una fuerte protección conjuntamente con los socios comerciales y los titulares de los derechos. Estas prácticas deberán de apoyar la aplicación de las herramientas legales relevantes. Las áreas para posibles disposiciones incluyen:

- Grupos de asesoría formal o informal público/privada sobre piratería y falsificación
- Fomentar la existencia de peritos/expertos en propiedad intelectual, dentro de las estructuras de observancia de la ley para asegurar un adecuado trato a los casos que se presenten en materia de propiedad intelectual
- Medidas para el aumento de la concienciación pública sobre la importancia de la protección de los derechos de propiedad intelectual, así como también mostrar los efectos del detrimento causados por infracciones de DPI

c) Proporcionar un marco legal más efectivo para combatir la piratería y la falsificación; que provea a los ciudadanos, autoridades encargadas de la observancia y el poder judicial, de las herramientas apropiadas para tratar de manera efectiva con la falsificación y la piratería a través de un fuerte y moderno marco legal.

Hasta el día de hoy ha habido tres reuniones oficiales entre los países participantes para discutir la propuesta de ACTA⁷⁰.

De esta misma manera, la Administración General de Aduanas (AGA), en coordinación con la PGR y el IMPI, ha venido participando en el aseguramiento de de más de 30 millones de productos falsificados y/o piratas en las Aduanas del AICM, Manzanillo, Guanajuato, Tampico y Guadalajara, entre otras, esto, debido a la intervención de la Aduana con base en análisis de riesgos y controles específicos a este tipo de operaciones.⁷¹

⁷⁰ La primera (3 y 4 de Junio de 2008), cuyo tema principal fueron las “Medidas en Frontera”, la segunda (29 a 31 de Julio de e2008), versó sobre “materia civil para infracciones de DPI”, y la más reciente (8 a 10 de Octubre de 2008) se enfocó en “Observancia en Materia Penal”.

⁷¹ Administración General de Aduanas

Fecha de Consulta: Noviembre 2008.

http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2007/reportes_y_suplementos/reportes/2007/Reporte_semanal_237.pdf

Por otra parte, la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), como una más de las dependencias que forma parte del Acuerdo Nacional Contra la Piratería, realiza operativos conjuntos con la Procuraduría General de la República, la Secretaría de Hacienda, la Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios o el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), y según el Director General de Verificación y Vigilancia, "hay programas permanentes de verificación, por ejemplo: El de bebidas alcohólicas (NOM 142 referente al etiquetado comercial y sanitario), lácteos que se cumpla la NOM 155 (que establece la diferencia entre leche, fórmula láctea o producto lácteo) o la NOM 158 para el jamón de pierna de cerdo o pavo, para ver que se estén vendiendo los productos como lo que realmente son. En el caso de los productos que se venden en la vía pública no están sujetos a una NOM específica, pero sí por ejemplo se hacen programas periódicos en cuestión de electrodomésticos y aparatos electrónicos. En el caso de los importados se revisa que tengan su cumplimiento de las NOM específicas o genéricas y que cumplan con las especificaciones propias para ese tipo de productos". Profeco busca crear consumidores críticos, inteligentes y reflexivos, para que cuando se adquieran bienes o servicios sea en relación con la necesidad y el poder adquisitivo.⁷²

3.3. ANÁLISIS DE LA EFICACIA DE LOS INSTRUMENTOS LEGALES EN MÉXICO, CONTRA LA COMPETENCIA DESLEAL POR VIOLACIÓN O INFRACCIÓN DE MARCAS

El gobierno mexicano ha venido realizando acciones encaminadas a combatir la piratería y falsificación de mercancías, ratificando el compromiso adquirido en diversos acuerdos, realizando convenios de colaboración entre las dependencias que lo conforman, así como con el sector empresarial y la comunidad en general; además claro de crear vínculos estrechos con autoridades de otros países, incluidos sus socios comerciales, sin embargo, pareciera que dichos esfuerzos han resultado infructuosos, lo que resulta cierto en términos relativos, pues se puede decir que el combate a dichas prácticas desleales se ha emprendido, con muchos resultados positivos; sin embargo, no ha sido suficiente, pues los

⁷² Procuraduría Federal del Consumidor
Fecha de Consulta: Noviembre 2008
http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2006/bol19_piratas.asp

programas, acuerdos, instrumentos legales y acciones de la administración pública se han visto rebasados por el incremento de dichas conductas ilegales.

Sería injusto restar méritos a las campañas e iniciativas del gobierno encaminadas a la erradicación de tales prácticas, pues con las propias cifras proporcionadas, se evidencia que muchas de estas acciones han resultado exitosas; sin embargo la vinculación con la comunidad en general, que es quien representa el actor más importante en este escenario, por conformar al conglomerado de consumidores, que son quienes adquieren este tipo de productos, por reducir gastos, poniendo en riesgo su propia salud en muchos de los casos; ha resultado notoriamente infructuoso, lo que se demuestra al comparar las cifras correspondientes a la incautación de mercancías frente a las pérdidas millonarias ocasionadas anualmente por la piratería y falsificación de mercancías.

Como ya se ha hecho mención una de las preocupaciones al firmarse el TLCAN, fue el hecho de que en México se garantizara una eficiente protección a los derechos derivados de la propiedad intelectual (sentido amplio), lo que en términos generales, condicionó a México a realizar modificaciones en su legislación interna, además de cambios en la estructura orgánica administrativa. Por lo que se refiere a la reglamentación y sanción de las conductas referida, México ha venido realizando cambios en su legislación interna, además de dotar de facultades a las dependencias que conforman la estructura del gobierno, a fin de aplicar eficazmente las disposiciones normativas que regulan la protección a la Propiedad Industrial. Pero no será posible que en momento alguno pueda darse eficazmente la aplicación de tales instrumentos, así como el funcionamiento de los órganos encargados de ello, si antes no se crean bases sólidas en la comunidad en general, sobre una cultura de la legalidad.

El ANCP, parece no tan sólo un esfuerzo más por dar cumplimiento a lo pactado en el TLCAN, sino como un compromiso sólido con el respeto a la Propiedad Industrial, no sólo por parte del gobierno federal de forma exclusiva, sino en colaboración estrecha con el sector productivo, conformado por empresas, agrupaciones de estas, y representantes de grupos de la sociedad civil. Pero cómo ya se ha comentado previamente, este es un paso más en el combate a la piratería, pero que para ser del todo exitoso, requiere sea creada,

consolidada y arraigada, una cultura de la legalidad, pues sin ella, cualquier programa, convenio o acuerdo que se lleve a cabo, será infructuoso.

Es de notarse que en los tres países analizados en el presente trabajo, se han venido realizando proyectos de combate a la piratería, incluso previa firma del TLCAN, y en todos ellos, se han obtenido resultados positivos, pero por mucho superados por las cifras de las malas prácticas. En los tres países, se han celebrado acuerdos internos entre los gobiernos, empresas y comunidad en general, pero tal pareciera que aún cuando se han emprendido campañas estratégicas para concientizar a los consumidores y erradicar dichas conductas ilegales, los resultados no han sido los deseados. Una preocupación manifestada por los gobiernos ha sido, la protección de las fronteras, lugares en donde se registra el mayor flujo de mercancías apócrifas; lo que ha sido uno de los motivos determinantes para la firma de acuerdos tales como el TLCAN y ASPAN, sin embargo, pese a los esfuerzos de los tres países, la entrada de mercancías por las fronteras sigue en aumento, pues se han podido bloquear algunos puntos, pero no todos. Otro punto que hasta la fecha no había sido la mayor preocupación en cuanto al tema, es la producción de mercancías falsificadas dentro de los territorios nacionales, sin embargo este asunto ha cobrado relevancia en los últimos tiempos, convirtiéndose en una nueva preocupación para las Partes.

CAPITULO IV

CONCLUSIONES

PRIMERA. En los sistemas económicos actuales, del mundo globalizado, el peso de la propiedad intelectual (sentido amplio), es cada vez mayor, sobre todo en economías abiertas al comercio exterior.

SEGUNDA. La propiedad intelectual, en sentido amplio, comprende a su vez a la propiedad intelectual en sentido estricto, relativa a lo que comúnmente se conoce como derechos de autor, y que confiere al titular derechos morales como la exclusividad sobre la creación, conclusión, modificación, interpretación y denominación de sus obras; y derechos pecuniarios, que implican la facultad de recibir una justa retribución por la explotación lucrativa de sus obras, y que se refiere a la publicación, reproducción, traducción, adaptación, ejecución y transmisión de ellas.

También comprende a la Propiedad Industrial, relativa a, creaciones industriales, signos distintivos y la represión de la competencia desleal. Destacando que dentro de los signos distintivos se encuentran, las marcas.

TERCERA. El primer tratado multilateral de Propiedad Industrial, fue el Convenio de París de 1883, impulsado por Estados Unidos de Norteamérica, lo que jugó un papel preponderante para incluir el tema en la Ronda de Uruguay, que culminó en la creación del ADPIC. El TLCAN, fue el primer acuerdo después del ADPIC, con disposiciones más estrictas en la materia, características seguidas por otros acuerdos bilaterales. Es en virtud de ello que la mayoría de los conceptos relacionados con el tema, resultan sino idénticos, similares en casi todos los instrumentos internacionales y nacionales.

La inclusión de un capítulo completo relativo a la propiedad intelectual, en el TLCAN, es un reconocimiento a la importancia que esta materia ha cobrado.

CUARTA. Las marcas, cualquiera la forma y tipo en el que sean reconocidas en las diversas legislaciones, el activo intangible, más importante para las empresas.

Su función principal es, identificar y distinguir, a los productos y/o servicios que las ostentan, frente al público consumidor; respecto de otros del mismo tipo en el mercado.

El registro de las mismas, aunque voluntario, confiere a los titulares legítimos, ventajas, tales como la exclusividad de las mismas, por determinado tiempo, lo que ha sido reconocido además de en las legislaciones internas de México, Estados Unidos de Norteamérica y Canadá, en el TLCAN, acuerdo comercial celebrado entre estos socios comerciales.

QUINTA. Dada la importancia de las marcas en la vida diaria, resulta necesario brindar protección no sólo a las empresas y titulares legítimos, sino incluso a los consumidores que las prefieren, para salvaguardar sus bienes y lo primordial, su salud y seguridad; es por ello que dentro de los diversos cuerpos normativos, se contemplan figuras tales como la competencia desleal.

Una de las prácticas concebidas como competencia desleal es la falsificación de mercancías, así como la piratería.

SEXTA. Resultan alarmantes las cifras documentadas por los tres gobiernos, respecto de las pérdidas ocasionadas por la producción y comercialización de productos apócrifos, y en razón de ello, los gobiernos han implementado programas, iniciativas, cambios en la estructura orgánica administrativa, así como alianzas con diversos sectores, tales como el empresarial y sociedad civil, a fin de combatir eficazmente estas prácticas, que no sólo ocasionan daños al patrimonio de los titulares, prestigio de los mismos; sino incluso ponen en peligro la salud y seguridad de los consumidores.

SÉPTIMA. Una de las razones determinantes que llevó a incluir dentro del texto del TLCAN, un capítulo específico sobre la propiedad intelectual (sentido amplio), fue la preocupación por la situación relativa a la falsificación y comercialización de productos de este tipo en México y sus fronteras, lo que condicionó a México a realizar modificaciones en su legislación, estableciendo sanciones administrativas y delitos; a dotar de facultades amplias al IMPI; a firmar más adelante el ANCP como el esfuerzo más importante en el combate a la piratería, en el que se plasma la colaboración entre dependencias de la administración pública federal, estatal y municipal, en estrecha vinculación con el sector empresarial y comunidad.

OCTAVA. No sólo los esfuerzos realizados por México, sino los encabezados por EUA y Canadá, han resultado a fin de cuentas poco eficaces, no por su planteamiento, ni por su aplicación, sino por la falta de arraigo, de una “cultura de la legalidad” en la sociedad.

BIBLIOGRAFIA

Becerra Ramírez, Manuel. Propiedad Intelectual en transformación. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. México 2004.

Bouchoux, Deborah. Intellectual Property, The law of trademarks, copyrights, patents and trade secrets. West Legal Studies. United States 1999.

Colección Foro de la Barra Mexicana de Abogados. Protección de los derechos de propiedad industrial. Editorial Themis. México 1997.

H. Munch, Christopher y C. Dorr Robert. Protecting trade secrets, patents, copyrights and trademarks. Aspen Law and Business. United States 1995.

Iglesias Prada, Juan Luis. Los derechos de propiedad intelectual en la OMC. Centro de estudios para el fomento de la investigación. 1997.

Jalife, Daher Mauricio. Aspectos legales de las marcas en México. Editorial Iniza. México 1995.

Jalife, Daher Mauricio. Comentarios a la Ley de la Propiedad Industrial. Mc Graw Hill. México 1999.

Jalife, Daher Mauricio. Crónica de propiedad intelectual. Editorial Sista. México 2000.

Jalife, Daher Mauricio. Uso y valor de la propiedad intelectual: rol estratégico de los derechos intelectuales. Gasca Sicco. México 2004.

Philipp, Walter Frisch. Competencia Desleal. Oxford University Press 1999.

Rangel Medina, David. Derecho de la propiedad industrial e intelectual. Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM. México 1992.

Schecher, E. Roger. Unfair trade practices and Intellectual property. West Pub. Co. United States 1986.

Stim, Richard. Trade Mark Law. West Legal Studies. Canadá 2000.

DOCUMENTOS ELECTRONICOS

Acuerdo Nacional Contra la Piratería. <http://pirateria.pgr.gob.mx/>

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC). http://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/trips_s.htm

Administración General de Aduanas.

http://www.aduanas.sat.gob.mx/aduana_mexico/2007/reportes_y_suplementos/reportes/2007/Reporte_semanal_237.pdf

Arreglo de Niza. <http://www.wipo.int/classifications/nice/es/>

Booklet: Understanding Industrial Property, World Intellectual Property.

http://www.wipo.int/export/sites/www/freepublications/en/intproperty/895/wipo_pub_895.pdf

Canadian Anti-Counterfeiting Network (Cacn). Position Paper. The Need For Legal Reform In Canada To Address Intellectual Property Crime. Brian Isaac & Carol Osmond. January 2006.

<http://www.cacn.ca/PDF/CACN%20Position%20Paper%20January%202006%20Clean.pdf>

Coalition Against Counterfeiting and Piracy. Global Intellectual Property Center.

<http://www.theglobalipcenter.com/gipc/cacp/default.htm>

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

<http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/1.pdf>

Convenio de París para la protección de la propiedad industrial.

<http://www.wipo.int/treaties/es/ip/paris/>

Cursillo de Propiedad Intelectual OMPI.

http://193.5.93.137/library/description_uni.cfm?course=DL-001S&begin_uni=y&dcode=

Delitos en Materia de Derechos de Autor y de Propiedad Industrial. Procuraduría General de la República.

<http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor.asp>

Dirección Divisional de Protección a la Propiedad Intelectual, Enero-Octubre 2008.

Acciones contra la Piratería (IMPI).

http://www.impi.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=323&Itemid=31

8

El Sistema de Madrid. <http://www.wipo.int/madrid/es/>

Intellectual Property Crime. The Royal Canadian Mounted Police (RCMP).

http://www.rcmp-grc.gc.ca/fio/intellectual_e.htm

Intellectual Property, Creating Jobs, saving lives, improving the World Global

Intellectual Property Center.

http://www.theglobalipcenter.com/NR/rdonlyres/ebynkgywgbp7i6tclq3qotsjqu3xsguy4dj6jxxuyw2iys2uarb7yjtegc52qka4ax4kxv63cyvt246w45knudcoh/gipc_ipbook.pdf

Ley de Propiedad Industrial. www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/50.pdf

Procuraduría Federal del Consumidor.

http://www.profeco.gob.mx/encuesta/brujula/bruj_2006/bol19_piratas.asp

Procuraduría General de la República.

<http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/Delitos%20en%20materia%20de%20derechos%20de%20autor/Mision%20y%20Vision.asp>

Récord de solicitudes internacionales de registro de marcas en 2007, Artículo Publicado el 27 de febrero de 2008.

http://www.wipo.int/pressroom/es/articles/2008/article_0007.html

Reglamento de la ley de la propiedad industrial.

http://www.cddhcu.gob.mx/LeyesBiblio/regley/Reg_LPI.pdf

Submission to the Department of Foreign Affairs and International Trade 15 de junio de 2006. THE CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE.

<http://www.chamber.ca/cmslib/general/Submission%20to%20DFAIT%20on%20IP%20rights.pdf>

Tratado de Libre Comercio de América del Norte. <http://www.nafta-sec-alena.org/sp/view.aspx>

U.S. Customs and Borders. http://www.customs.gov/xp/cgov/trade/priority_trade/ipr/

ANEXO 1
LAS MARCAS SEGÚN LOS INSTRUMENTOS INTERNACIONALES

	CONVENIO DE PARIS México, Canadá y Estados Unidos de Norteamérica	TRIPS (OMC)	TLCAN
DEFINICION		“Cualquier signo o combinación de signos que sean capaces de distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas.” ⁷³	“Cualquier signo o cualquier combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, inclusive nombres de personas, diseños, letras, números, colores, elementos figurativos o la forma de los bienes o la de su empaque” ⁷⁴
CLASES DE MARCAS	-Fábrica o comercio ⁷⁵ - Servicios ⁷⁶ - Colectivas ⁷⁷	- Fábrica o comercio -Servicios	d) Bienes e) Servicios f) Colectivas g) Certificación ⁷⁸
REGISTRO		-Duración de la protección, 7 años, renovación por el mismo lapso. ⁷⁹ -Anulación de registro por el no uso durante 3 años ininterrumpido. ⁸⁰	-Duración de la protección, 10 años, renovación por el mismo lapso. ⁸¹ -Anulación de registro por el no uso durante 2 años ininterrumpido. ⁸²

⁷³ Artículo 15

⁷⁴ Artículo 1708.1

⁷⁵ Artículo 6 quinquies

⁷⁶ Artículo 6 sixies

⁷⁷ Artículo 7 bis

⁷⁸ Artículo 1708.1

⁷⁹ Artículo 18

⁸⁰ Artículo 19

⁸¹ Artículo 1708.7

⁸² Artículo 1708.8

LAS MARCAS SEGÚN LAS LEGISLACIONES NACIONALES

	MEXICO	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA	CANADA
DEFINICION	“Todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.” ⁸³	Palabra, nombre, símbolo o dispositivo, o combinación de estos, usada por una persona o empresa, de buena fe y que identifica a sus productos y servicios de otros ⁸⁴	“Las palabras, símbolos o diseños, o bien una combinación de estos, usados para distinguir bienes o servicios de una persona u organización de otros que se encuentran en el mercado” ⁸⁵
CLASES DE MARCAS	<ul style="list-style-type: none"> - Bienes y Servicios, de una empresa⁸⁶: 1.-Por presentación: <ul style="list-style-type: none"> - Nominativas (palabra) - Innominadas (diseño) - Mixtas (palabra y diseño) 2.-Por sus características físicas: <ul style="list-style-type: none"> - Visuales (vista) - Gustativa (sabor) - Olfativa (olor) - Bidimensionales (2 dimensiones) - Tridimensionales (3 dimensiones) - Colectivas⁸⁷ 	<ul style="list-style-type: none"> -Comerciales -Servicios -Certificación -Colectivas -de Estado 	<ul style="list-style-type: none"> -Ordinarias -Certificación -Tridimensionales
REGISTRO	<ul style="list-style-type: none"> -Uso exclusivo por 10 años, renovables.⁸⁸ -Cancelación de Registro por desuso durante 3 años consecutivos.⁸⁹ 	<ul style="list-style-type: none"> -Uso exclusivo por 10 años, renovables. -Cancelación de registro por abandono, 2 años. 	<ul style="list-style-type: none"> -Uso exclusivo por 15 años, renovables -Pérdida del registro por desuso durante un periodo prolongado.

⁸³ Artículo 88 LPI

⁸⁴ Trademark Act, Sección 45 of the Act, 15 U.S.C. §1127

⁸⁵ Trade-marks Act, T-13, Article 2

⁸⁶ Véanse Artículos 87, 88 y 89 LPI

⁸⁷ Artículo 96 LPI

⁸⁸ Artículo 95 LPI

ANEXO 2
LA COMPETENCIA DESLEAL SEGÚN LOS INSTRUMENTOS INTERNACIONALES

DEFINICION	CONVENIO DE PARIS México, Canadá y Estados Unidos de Norteamérica	TRIPS (OMC)	TLCAN
COMPETENCIA DESLEAL	Constituye acto de competencia desleal todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial. ⁹⁰	Refiere a la definición del Convenio de París. ⁹¹	Refiere a la definición del Convenio de París.
PIRATERIA Y PRODUCTOS FALSIFICADOS		Infracción de derechos de propiedad intelectual, en particular cuando se cometa con dolo y a escala comercial. ⁹²	

LA COMPETENCIA DESLEAL, DEFINICION POR PAIS

⁸⁹ Artículo 130 y 152 fracc. II LPI, y 62 del RLPI

⁹⁰ Artículo 10 BIS, inciso 2

⁹¹ Artículo 22, párrafo 2, inciso b

⁹² Artículo 61

DEFINICION	MEXICO	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMÉRICA	CANADA
<p>COMPETENCIA DESLEAL</p>	<p>La conducta de un competidor que utilizando cualquier procedimiento en contra de las buenas costumbres o de alguna disposición legal, sustraiga, utilice o explote un derecho comercial o industrial de otro recurrente, con el fin de obtener ventajas indebidas para sí, para varias personas, o para causarle un daño a aquél⁹³</p>	<p>Se considera como tal, a las conductas ilegales, injustas o fraudulentas en lo negocios.⁹⁴</p>	<p>a) Hacer una falsa o engañosa declaración que tiende a desacreditar la empresa, productos o servicios de un competidor;</p> <p>b) Dirigir la atención del público a sus productos, servicios o empresas de tal manera que cause o pueda causar confusión en Canadá, entre sus productos, servicios o empresas y la productos, servicios o negocios de otro;</p> <p>c) Hacer pasar un producto o servicio, por otro distinto al solicitado;</p> <p>d) El hacer uso de productos o servicios, de cualquier descripción que es falsa en relación con un material y puedan inducir a error a la opinión pública en cuanto a</p> <ul style="list-style-type: none"> (i) el carácter, la calidad, la cantidad o la composición, (ii) el origen geográfico, o (iii) el modo de la fabricación, producción

⁹³MARCAS. COMPETENCIA DESLEAL. REQUISITOS PARA QUE SE ACTUALICE LA INFRACCION ADMINISTRATIVA PREVISTA EN LA LEY DE INVENCIONES Y MARCAS.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 3043/90. Kenworth Mexicana, S.A. de C.V. 30 de enero de 1991. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Guadalupe Robles Denetro

⁹⁴ Bank of W. v. Superior Court, 226 Cal. App. 3d 835, 277 Cal. Rptr. 219 (1991)

			o rendimiento de los productos o servicios, o e) Realizar cualquier otro acto o adoptar cualquier otra práctica comercial contraria a los usos honestos industriales o comerciales en Canadá. ⁹⁵
PIRATERIA Y PRODUCTOS FALSIFICADOS	Toda aquella producción, reproducción, importación, comercialización, venta, almacenamiento, transportación, arrendamiento, distribución y puesta a disposición de bienes o productos en contravención a lo establecido en la Ley Federal del Derecho de Autor y en la Ley de la Propiedad Industrial. ⁹⁶	La comercialización de productos aprovechándose de la buena fe y reputación de un competidor. ⁹⁷	Con respecto a los "productos falsificados" abarcarán, aquellos productos que son evidentemente copias engañosas de los productos existentes, son pues, reproducciones no autorizadas de esas marcas. Con respecto a los "productos piratas productos", la definición debería abarcar los productos a los que son claramente copias no autorizadas de partes sustanciales de las obras protegidas por derechos de autor o derechos conexos. ⁹⁸

⁹⁵ *Trademark Act (TMA)* sección 7

⁹⁶ Acuerdo Nacional Contra la Piratería

<http://pirateria.pgr.gob.mx/>

Fecha de Consulta: Octubre 2008

⁹⁷ *Protecting Trade Secrets, Patents, Copyrights and Trademarks*, Robert C. Dorr y Munch, Aspen Law & Business, USA 1995, Pág 6

⁹⁸ Cámara de Comercio Canadiense (CCC)

Submission to the Department of Foreign Affairs and International Trade 15 de junio de 2006.

THE CANADIAN CHAMBER OF COMMERCE

Fecha de Consulta: Noviembre 2008

<http://www.chamber.ca/cmslib/general/Submission%20to%20DFAIT%20on%20IP%20rights.pdf>

ANEXO 3

Número de solicitudes presentadas por Parte Contratante

Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas

Reseña de actividades de 2007

Principales Partes Contratantes usuarias

Porcentaje del número total de solicitudes presentadas en 2007 y tasas de crecimiento con respecto a 2006

País de origen	2003	2004	2005	2006	2007	%	Crecimiento
Alemania (DE)	5.559	5.395	5.803	5.663	6.09	15,2%	7,5%
Francia (FR)	3.331	3.518	3.497	3.705	3.93	9,8%	6,1%
Estados Unidos de Norteamérica (US)	139	1.737	2.849	3.148	3.741	9,4%	18,8%
Comunidad Europea (EM)		354	1.852	2.445	3.371	8,4%	37,9%
Italia (IT)	1.915	2.499	2.34	2.958	2.664	6,7%	-9,9%
Suiza (CH)	2.189	2.133	2.235	2.468	2.657	6,7%	7,7%
Benelux (BX)	2.189	2.482	2.426	2.639	2.51	6,3%	-4,9%
China (CN)	472	1.015	1.334	1.328	1.444	3,6%	8,7%
Reino Unido (GB)	674	917	1.016	1.054	1.178	2,9%	11,8%
Australia (AU)	340	683	852	1.1	1.169	2,9%	6,3%
Austria (AT)	861	1.181	1.191	1.117	1.134	2,8%	1,5%
Japón (JP)	394	692	893	847	984	2,5%	16,2%
Federación de Rusia (RU)	502	575	604	622	889	2,2%	42,9%
España (ES)	980	866	854	994	859	2,2%	-13,6%
Turquía (TR)	442	593	787	733	717	1,8%	-2,2%
Dinamarca (DK)	374	441	510	479	573	1,4%	19,6%
República Checa (CZ)	493	615	547	559	541	1,4%	-3,2%
Suecia (SE)	377	462	409	400	478	1,2%	19,5%
Hungría (HU)	156	231	152	217	438	1,1%	101,8%
Bulgaria (BG)	183	334	391	426	431	1,1%	1,2%
Noruega (NO)	168	218	235	312	403	1,0%	29,2%
Portugal (PT)	158	175	263	276	355	0,9%	28,6%
República de Corea (KR)	68	127	148	190	330	0,8%	73,7%
Polonia (PL)	314	344	334	339	294	0,7%	-13,3%
Finlandia (FI)	228	198	208	239	278	0,7%	16,3%
Serbia (RS)	97	86	107	157	275	0,7%	75,2%
Ucrania (UA)	52	78	105	133	195	0,5%	46,6%
Eslovaquia (SK)	195	249	215	241	190	0,5%	-21,2%
Croacia (HR)	117	135	79	150	185	0,5%	23,3%
Eslovenia (SI)	122	201	180	177	182	0,5%	2,8%
Liechtenstein (LI)	90	89	96	129	148	0,4%	14,7%
Singapur (SG)	74	93	138	161	146	0,4%	-9,3%
Letonia (LV)	67	109	81	103	115	0,3%	11,7%
Islandia (IS)	7	33	39	92	110	0,3%	19,6%
Rumania (RO)	42	58	101	97	103	0,3%	6,2%
Estonia (EE)	72	75	72	96	101	0,3%	5,2%
Marruecos (MA)	48	57	66	119	93	0,2%	-21,8%
Mónaco (MC)	44	45	43	49	89	0,2%	81,6%
Grecia (GR)	44	49	65	81	80	0,2%	-1,2%
Lituania (LT)	80	63	101	84	78	0,2%	-7,1%
Otros países	222	268	359	344	397	1,0%	15,4%
Total	23.879	29.472	33.577	36.471	39.945	100%	9,5%

Número de designaciones por Parte Contratante designada

Sistema de Madrid para el Registro Internacional de Marcas

Reseña de actividades de 2007

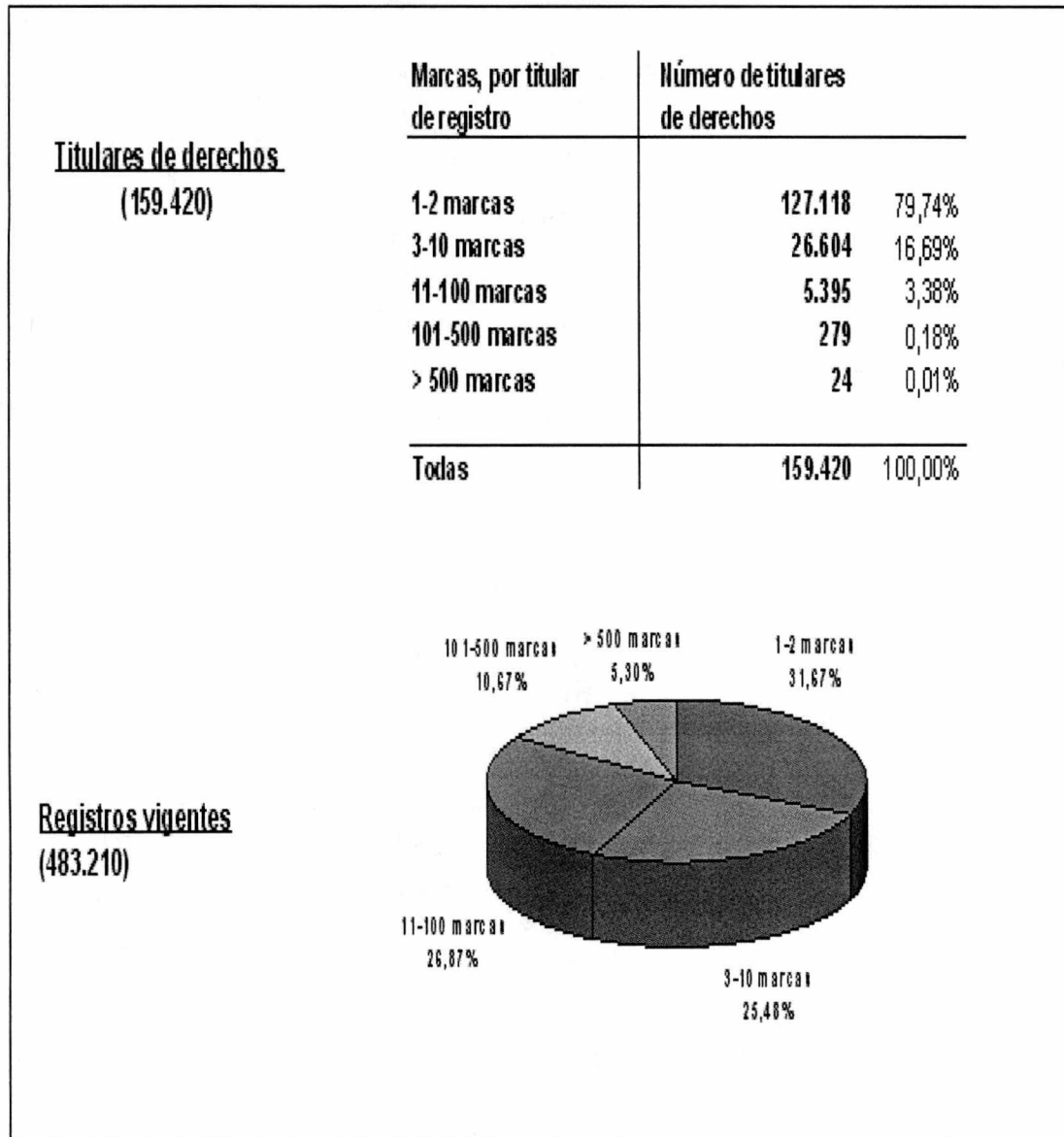
Partes Contratantes más designadas (2007)

(Incluye las designaciones efectuadas en nuevos registros y en designaciones posteriores)

Tasa de crecimiento con respecto a 2006

Pais de origen	2003	2004	2005	2006	2007	Porcentaje	Crecimiento
China (CN)	7.106	9.265	13.575	15.801	16.676	4,5%	5,5%
Federación de Rusia (RU)	9.006	9.94	12.813	14.432	15.455	4,2%	7,1%
Estados Unidos de Nortamérica (US)	238	7.109	11.863	13.994	14.618	3,9%	4,5%
Suiza (CH)	10.174	10.137	13.197	14.26	14.528	3,9%	1,9%
Comunidad Europea (EM)	-	114	6.309	10.64	12.744	3,4%	19,8%
Japón (JP)	5.359	7.071	10.104	11.844	12.296	3,3%	3,8%
Australia (AU)	4.683	5.617	7.989	9.115	9.848	2,7%	8,0%
Ucrania (UA)	6.262	6.361	8.271	9.057	9.751	2,6%	7,7%
Turquía (TR)	5.878	6.272	8.602	8.958	9.377	2,5%	4,7%
Noruega (NO)	6.582	6.821	8.443	9.102	9.346	2,5%	2,7%
República de Corea (KR)	1.694	4.852	7.16	8.334	8.988	2,4%	7,8%
Alemania (DE)	8.394	8.275	9.15	8.147	7.184	1,9%	-11,8%
Croacia (HR)	5.054	5.298	6.716	6.97	7.059	1,9%	1,3%
Singapur (SG)	3.708	4.451	6.127	6.717	7.005	1,9%	4,3%
Italia (IT)	8.656	7.945	8.817	7.374	6.618	1,8%	-10,3%
Reino Unido (GB)	7.917	7.72	8.288	7.482	6.502	1,8%	-13,1%
Francia (FR)	8.679	8.094	8.587	7.495	6.443	1,7%	-14,0%
España (ES)	8.756	7.922	8.329	7.231	6.298	1,7%	-12,9%
Belarús (BY)	4.328	4.382	5.401	5.818	6.14	1,7%	5,5%
Benelux (BX)	8.391	7.697	7.922	6.8	5.979	1,6%	-12,1%
Serbia (RS)	4.924	4.562	5.513	5.644	5.956	1,6%	5,5%
Austria (AT)	8.453	7.487	7.638	6.564	5.928	1,6%	-9,7%
Rumania (RO)	6.192	6.125	7.766	8.103	5.649	1,5%	-30,3%
Polonia (PL)	9.415	7.598	6.825	6.092	5.553	1,5%	-8,8%
Bulgaria (BG)	5.45	5.407	6.596	6.903	4.987	1,3%	-27,8%
la ex República Yugoslava de Macedonia (MK)	3.344	3.342	4.337	4.261	4.689	1,3%	10,0%
República Checa (CZ)	8.199	6.633	6.018	5.161	4.546	1,2%	-11,9%
Hungría (HU)	8.009	6.508	5.914	5.039	4.528	1,2%	-10,1%
Vietnam (VN)	2.058	2.254	2.639	3.074	4.381	1,2%	42,5%
Moldova (MD)	2.835	2.836	3.5	3.793	4.274	1,2%	12,7%
Marruecos (MA)	2.861	3.091	3.992	4.229	4.194	1,1%	-0,8%
Portugal (PT)	6.33	5.609	5.695	4.839	4.13	1,1%	-14,7%
Kazajstán (KZ)	2.411	2.542	3.099	3.463	4.004	1,1%	15,6%
Bosnia y Herzegovina (BA)	3.462	3.282	3.797	3.798	3.976	1,1%	4,7%
Eslovaquia (SK)	6.81	5.628	5.113	4.367	3.925	1,1%	-10,1%
Montenegro (ME)	-	-	-	-	3.851	1,0%	n,a
Georgia (GE)	2.16	2.439	2.951	3.347	3.801	1,0%	13,6%
Grecia (GR)	5.171	5.039	5.02	4.1	3.8	1,0%	-7,3%
Lituania (LT)	5.837	4.744	4.041	3.903	3.786	1,0%	-3,0%
Mónaco (MC)	3.149	2.987	3.792	3.876	3.737	1,0%	-3,6%
Otros países	72.935	74.744	84.63	84.598	87.684	23,7%	3,6%
Total	290.87	298.2	356.539	364.725	370.234	100%	1,5%

ANEXO 4
Marcas según la OMPI



FUENTE: OMPI

ANEXO 5

PRINCIPALES ZONAS DE INCIDENCIA DE PIRATERÍA



FUENTE: APII Y PGR

ANEXO 6

Exportaciones totales de México

Secretaría de Economía
Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales
Valor en millones de dólares

ENFASIS DADO POR EL AUTOR

País	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025	2026	2027	2028	2029	2030						
TOTAL	51,832.0	60,817.2	79,540.6	96,003.7	110,236.8	117,539.3	136,361.8	166,120.7	158,779.7	161,046.0	164,766.4	187,998.6	214,233.0	249,925.1	272,044.2	203,038.6																								
NORTEAMÉRICA	44,419.5	53,127.9	67,255.0	82,017.1	95,235.9	103,667.7	121,975.7	149,783.9	139,714.0	144,889.0	147,335.1	167,813.5	187,797.3	216,975.6	229,898.0	167,261.2																								
Estados Unidos de Norteamérica	42,850.9	51,645.1	65,190.0	79,780.5	92,931.0	101,950.7	118,632.0	146,214.5	136,446.4	141,897.7	144,293.4	164,522.0	183,562.8	211,799.4	223,403.6	162,739.2																								
Canadá	1,568.7	1,482.8	2,065.1	2,236.6	2,304.8	1,717.0	3,343.7	3,569.4	3,267.6	2,991.3	3,041.8	3,291.5	4,234.5	5,176.2	6,494.4	4,522.0																								
ALADI	1,697.1	1,772.6	3,594.7	4,278.9	4,733.9	3,941.4	2,791.0	3,341.4	3,442.2	3,039.9	2,918.1	4,214.2	6,059.8	8,162.9	11,087.9	9,386.4																								
CENTROAMÉRICA	502.3	560.2	804.4	961.5	1,278.8	1,410.3	1,406.1	1,555.2	1,586.9	1,528.4	1,579.2	1,770.0	2,400.8	2,848.0	3,570.2	2,815.7																								
UNIÓN EUROPEA	2,794.0	2,810.3	3,713.8	3,554.6	3,979.5	3,988.1	5,157.3	5,799.4	5,646.9	5,626.2	6,211.9	6,818.2	9,141.8	10,966.8	13,943.5	12,425.3																								
ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO	151.7	169.7	195.7	199.7	136.7	132.3	123.6	131.4	88.7	171.8	113.0	118.8	153.2	153.5	262.3	452.4																								
NIC'S	277.3	305.2	816.2	935.3	950.3	915.7	1,109.5	902.3	773.5	739.8	670.1	917.9	968.2	1,441.0	1,619.7	1,202.3																								
JAPÓN	686.4	997.0	1,021.2	1,250.6	1,016.2	551.5	946.3	1,115.0	1,266.3	1,194.2	1,172.6	1,190.5	1,470.0	1,594.0	1,919.9	1,394.7																								
PANAMÁ	147.1	123.7	218.1	224.2	268.5	272.6	257.5	278.3	290.1	303.9	319.8	315.8	463.3	567.7	730.6	530.3																								
CHINA	44.8	42.2	215.8	203.5	142.1	192.3	174.2	310.4	384.9	653.9	974.4	986.3	1,135.6	1,688.1	1,895.9	1,429.5																								
ISRAEL	103.8	3.4	13.9	12.6	34.7	23.7	42.1	66.5	45.1	55.6	61.4	61.5	87.3	90.6	129.7	164.3																								
RESTO DEL MUNDO	1,008.0	904.9	1,691.9	2,365.9	2,460.1	2,443.6	2,378.5	2,836.8	5,541.2	2,843.4	3,410.9	3,791.8	4,555.7	5,436.9	6,986.6	5,976.4																								

Importaciones totales de México

Secretaría de Economía
Subsecretaría de Negociaciones Comerciales Internacionales
Valor en millones de dólares

ENFASIS DADO POR EL AUTOR

País	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
TOTAL	65,366.5	79,345.9	72,453.1	89,468.8	109,808.2	125,373.1	141,974.8	174,457.8	168,396.4	168,678.9	170,545.8	196,809.7	221,819.5	256,052.1	283,233.3	210,198.2	
NORTEAMÉRICA	46,470.0	56,411.2	55,202.8	69,279.7	83,970.3	95,548.6	108,216.2	131,551.0	118,001.6	111,037.0	109,481.2	116,154.2	124,716.7	137,687.2	148,545.2	111,981.2	
Estados Unidos de Norteamérica	45,294.7	54,790.5	53,828.5	67,536.1	82,002.2	93,258.4	105,267.3	127,534.4	113,766.8	106,556.7	105,360.7	110,826.7	118,547.3	130,311.0	140,569.9	105,742.2	
Canadá	1,175.3	1,620.6	1,374.3	1,743.6	1,968.0	2,290.2	2,948.9	4,016.6	4,234.9	4,480.3	4,120.5	5,327.5	6,169.3	7,376.2	7,975.3	6,239.0	
ALADI	2,172.9	2,599.0	1,420.7	1,755.0	2,306.7	2,589.0	2,857.5	4,017.5	4,743.4	5,473.9	6,528.3	9,025.6	10,603.3	12,439.2	12,482.9	8,277.5	
CENTROAMÉRICA	119.2	150.3	88.6	172.2	201.8	221.5	316.6	333.1	359.7	623.5	867.5	1,255.8	1,435.1	1,411.9	1,541.8	1,156.2	
UNIÓN EUROPEA	7,877.3	9,116.0	6,790.0	7,800.4	10,035.8	11,845.6	12,928.3	15,056.7	16,681.0	16,950.1	18,443.2	21,656.6	25,775.6	28,938.1	33,839.5	26,014.5	
ASOCIACIÓN EUROPEA DE LIBRE COMERCIO	530.7	530.4	414.3	484.2	616.8	648.3	777.0	851.1	906.9	872.1	921.1	1,073.6	1,238.6	1,386.0	1,514.5	1,110.5	
NIC'S	2,201.6	2,815.0	2,139.0	2,580.6	3,582.6	4,187.0	5,313.8	6,911.3	8,235.9	10,261.6	8,500.8	11,373.8	13,409.5	18,218.6	21,206.4	14,930.1	
JAPÓN	3,928.7	4,780.0	3,952.1	4,132.1	4,333.6	4,537.0	5,083.1	6,465.7	8,085.7	9,348.6	7,595.1	10,583.4	13,077.8	15,295.2	16,360.2	10,774.4	
PANAMÁ	60.7	24.5	8.9	6.6	19.2	16.0	25.6	119.6	45.2	35.3	37.8	43.9	78.4	57.4	113.9	63.0	
CHINA	386.4	499.7	520.6	759.7	1,247.4	1,616.5	1,921.1	2,879.6	4,027.3	6,274.4	9,400.6	14,373.8	17,696.3	24,437.5	29,791.9	22,811.7	
ISRAEL	45.3	85.1	46.7	79.1	112.1	137.4	172.7	296.5	257.7	250.1	313.5	402.1	370.7	428.9	441.5	345.6	
RESTO DEL MUNDO	1,573.7	2,334.7	1,869.5	2,419.2	3,382.0	4,026.0	4,362.9	5,975.7	7,052.1	7,552.3	8,457.0	10,866.9	13,417.6	15,752.1	17,395.4	12,733.5	

ANEXO 7
PIRATERIA EN EL MUNDO

PIRATERIA EN EL MUNDO PERDIDAS ESTIMADAS EN MILLONES DE DOLARES EN 2002	
Películas	1,322.3
Música	2,142.3
Software de negocios	3,639.0
Software de entretenimiento	1,690.1
Libros	514.5
TOTAL	9,208.2

FUENTE: PGR Y AIPI