

MODULO 3

Una asignatura pendiente, los paradigmas de la transparencia

PROPIEDAD INTELECTUAL

Instituto
Mexicano
de la Propiedad
Industrial



ITEI 9 y 10 dic 2011

Lic. Larisa Cruz Ornelas
Coordinadora Departamental de
Marcas y Protección a la Propiedad Intelectual

INDICE

- Panorámica: Propiedad Intelectual (PI) y su importancia.
 - Organización Mundial de la Propiedad Intelectual
 - Cuales son los derechos de Propiedad Intelectual
 - El IMPI.
 - Activos Intangibles, Know How.
 - Propiedad Industrial
 - Derechos de Autor
 - El secreto
- Secreto Industrial (diferencia Secreto Tributario, Bancario y Profesional)

Marco Jurídico

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos (Art. 28)
- Ley De Propiedad Industrial y su Reglamento
- Ley Federal de Derechos de Autor y su Reglamento
- Ley Federal de Variedades Vegetales
- ADPICS
- TLC
- Convenio de Paris
- Convenio de Berna

Panorámica

Papel de la P.I. en la Economía y Sociedad

- Costa de Marfil es el principal productor mundial de cacao, sin embargo **no es la nación que más recursos recibe por la explotación de esta semilla,** sino que países como Suiza o Estados Unidos son los principales beneficiarios de la transformación de este fruto, a pesar de que no son líderes en la producción de esa materia prima, sin la cual sería imposible confeccionar chocolate:
- En las sociedades actuales, la riqueza se encuentra en la posesión del conocimiento estratégico, ni siquiera en la tenencia de fábricas o instalaciones.

Panorámica

- El mundo se encuentra en tránsito de la era industrial a la de la *economía del conocimiento*: los países avanzados son (y serán) los que desarrollen y posean tecnología, creaciones intelectuales e innovaciones.
- El factor intelectual resulta fundamental para que una sociedad sea competitiva, cuente con ingresos y no se pierda en la nada la información que se genera con la creatividad.
- El principal instrumento para proteger la innovación es la *Propiedad Intelectual*.

Panorámica

- De acuerdo a la OMPI*, *Propiedad Intelectual son los derechos legales (exclusivos) resultantes de la actividad intelectual en los campos industriales, científicos, literarios y artísticos.*

La P.I. es un creación del intelecto y es
propiedad de su creador.

Se considera una propiedad
intangibile del creador que puede
comercializarse y venderse como
cualquier otra propiedad tangible, como
un terreno.

Propiedad Intelectual como activos de la empresa

TANGIBLES (Materiales)

- Terrenos
- Maquinaria y equipo
- Edificios

INTANGIBLES (Inmateriales)

- Mercado
- Infraestructura Administrativa
- Know-How
- Propiedad autoral (D.A.)

• Propiedad Industrial

Marcas, patentes, secretos industriales, información tecnológica

HACER USO DE LOS SENTIDOS



Con nuestros sentidos aprendemos a distinguir los productos parecidos que existen en el mercado según la presentación de sus colores y la particularidad de su envase o incluso en función de su olor.



La mayoría de las personas reconocen cierto refresco muy famoso por el color y la forma de su botella y un conocido chocolate por su forma triangular, o asocian ciertas melodías con un producto.



Derechos de Propiedad Intelectual

La fórmula de la Coca-Cola es uno de los Secretos Industriales mejor guardados del mundo

La botella de la Coca-Cola en sus inicios fue protegida como un Diseño Industrial, y fue la primera Marca Tridimensional protegida en el mundo.



Los slogan y las campañas publicitarias de Coca-Cola están protegidas como derechos de autor o Avisos Comerciales.

Coca-Cola es la Marca Registrada más famosa del mundo.

PANORAMICA

- Actualmente, la inversión que México dedica a Investigación y Desarrollo (I+D) es de **0.5 por ciento del Producto Interior Bruto (PIB)**, uno de los más bajos del conjunto de países de la OCDE, que destina en promedio **2.26 por ciento de su PIB**.
- En contraste, Estados Unidos es uno de los que más favorece fiscalmente la investigación y el desarrollo y el financiamiento del gobierno a negocios de I+D fue de **5.7 por ciento en 2005**, más del doble que el **2.8 por ciento** que destinaba en 1995.

Fuente: <http://www.oecd.org/centrodemexico>

http://www.portalautomotriz.com/content/2/module/news/op/displaystory/story_id/13290/format/html/

<http://www.noruega.org.mx/education/research/facts/facts.htm>

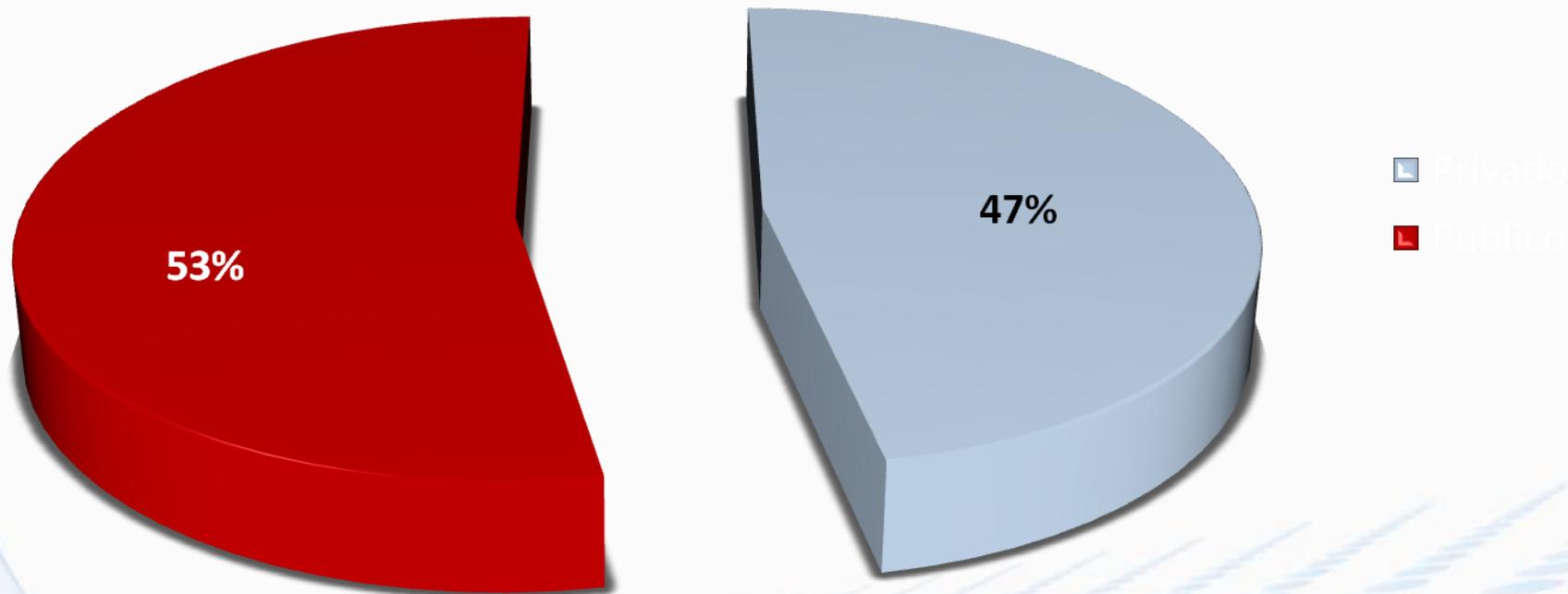
<http://www.eluniversal.com.mx/columnas/62650.html>

PANORAMICA

- El nivel de desarrollo de México afecta a su sistema de innovación, dice el informe, que destaca como los activos más importantes del país su "joven población" y su "proximidad geográfica al mayor mercado del área de la OCDE".

Inversión en I+D por sector (México)

- La OCDE señala que “las instituciones públicas y las universidades siguen desempeñando un papel importante en investigación y desarrollo” en México.



- El sector privado en México financia 47 por ciento de la inversión en I+D, lo que está ligeramente por debajo del 50 por ciento medio del conjunto de los 30 países miembros del "club de los países desarrollados", señala la OCDE.

PANORAMICA

- **Sin ciudadanos educados y creación de ciencia y tecnología propia, México seguirá siendo un país pobre, exportador de materias primas y mano de obra barata.**

PANORAMICA

- Esta situación se complica porque, cuando lo poco que se invierte en investigación genera resultados (Activos Intangibles), difícilmente se explotan de manera eficiente **debido a la no protección** de ese conocimiento innovador a través de los canales adecuados (Propiedad Intelectual).
- En suma, **mucha de esa tecnología se pierde en el dominio público por no protegerse adecuadamente**: es conocimiento que no se administra de manera estratégica que permita su óptima explotación, por lo que **no** genera beneficios económicos **directos** para las instituciones y sus creadores o para el sector productivo.



PANORAMICA

- ¿Consecuencias para México?

Calificación OCDE respecto a México

- Publicación Grupo Reforma México (14 febrero 2010).-

Tiene México rezago en patentes.- OCDE

- Nueva Zelanda, Hungría e Irlanda presentan más solicitudes de patentes que México y tienen un menor monto de inversión para ciencia y tecnología

Situación México... OCED

- Según el reporte 2009, "Políticas de Innovación de México", las empresas mexicanas, así como organizaciones públicas de investigación, son menos activas en la presentación de solicitudes de patentes, diseño industrial y marcas registradas que sus contrapartes en las otras 29 economías del organismo.
- El País está en los niveles más bajos de patentes per cápita registradas para proteger un invento en las tres principales regiones del mundo: Europa, Estados Unidos y Japón, con 0.1 patente por cada millón de habitantes y su desarrollo se mantuvo estancado.

Situación México OCDE

- Incluso como codesarrolladores de inventos, en alianza con investigadores internacionales, su presencia es marginal y dentro del registro de patentes nacionales se ubica un predominio de los extranjeros..

SITUACION DE VARIOS SECTORES EN MEXICO

Siendo un sector estratégico en México, se enfrenta a problemas:

- Contrabando/Piratería
- Altos costos de producción
- Robos
- Productos confeccionados sin pagar impuestos
- Competencia internacional (Asia-China)



El caso de China.

“China sigue avasallando al absorber el 62% del mercado mundial y se espera que aumente al 75 o más si se considera su expansión de cuatro mil fábricas textiles más, iniciada hace dos años. En cambio, en México en los últimos diez años el número de fábricas se ha reducido 30%. En el país casi 64% del mercado de prendas de vestir es ilegal por ello el sector vive una situación crítica, y puede empeorarse (...) cuando China entre de lleno a la Organización Mundial de Comercio (OMC), pues las cuotas compensatorias que se impusieran a ese país tendrán que ser revisadas internacionalmente.”

Difícil situación para el sector textil y de prendas de vestir., Marvella Colín. El Financiero, 2 de abril de 2007.



IMPORTANCIA DE LA P.I. PARA LA INDUSTRIA

- Se logra que el consumidor identifique las creaciones y así se genere en la mente de este cierta reputación respecto a la calidad o precio del producto.
Reconocimiento del consumidor.
- Se evita y se logra facilitar el combate a la piratería.



IMPORTANCIA DE LA P.I. PARA LA INDUSTRIA

- Estimula la creatividad de innovación y el desarrollo de nuevos productos.
- Retribuye económicamente a sus creadores.
- Constituye un elemento de competitividad.



- ¿Qué es lo que protege la propiedad Intelectual?



Universo de la Propiedad Intelectual

PROPIEDAD INDUSTRIAL

INVENCIONES

Patentes
Modelos de Utilidad
Diseños Industriales
Circuitos Integrados
Secretos Industriales



SIGNOS DISTINTIVOS

Marcas
Marca Colectiva
Nombres Comerciales
Avisos Comerciales
Denominación de Origen



DERECHOS DE OBTENTOR (SAGARPA)

Variedades vegetales

DERECHOS DE AUTOR

OBRAS

Literarias, musicales, artísticas
fotográficas, cinematográficas,
arquitectónica, dramática...
Software

DERECHOS CONEXOS

Artistas intérpretes o ejecutantes
Editores de libros
Productores de fonogramas
Productores de videogramas
Organismos de radiodifusión
Señales de Satélite

¿Cómo se obtienen éstos
derechos?

Derechos de Autor:

Declarativos

(Procedimiento Administrativo
INDAUTOR)

¿Cómo se obtienen éstos
derechos?

Propiedad Industrial:

Constitutivos

(Procedimiento Administrativo
IMPI)

INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI) es un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonio propio y con la autoridad legal para administrar el Sistema de Propiedad Industrial en nuestro país.

Fue creado por Decreto Presidencial el 10 de diciembre de 1993.



Circunscripción Territorial

OFICINA REGIONAL OCCIDENTE



Funciones del IMPI

- Actividades de Registro y Protección
 - Patentes
 - Diseños industriales
 - Modelos de utilidad
 - Marcas
 - Avisos comerciales
 - Nombres comerciales
 - Conoce de los procedimientos de Declaración Administrativos (Nulidad, Caducidad e Infracciones a la Propiedad Industrial y en Materia de Comercio)
- Autorización de uso de Denominación de Origen (Indicaciones Geográficas)
- Soporte Técnico y Sistemas de Información

¿Dónde está la propiedad Intelectual?





PROPIEDAD INDUSTRIAL

*Signos Distintivos

*Invenciones

IMPORTANCIA DE LAS MARCAS

El nombre o la imagen de una marca resulta ser la parte más importante de una empresa, ya que dichos elementos serán los que están a la mano del consumidor.



¿ QUE SON LOS SIGNOS DISTINTIVOS?

Son aquellos elementos identificadores de Productos o Servicios, como lo son el nombre, la imagen y las frases que se usan para venderlos:



*"La chispa de
la vida"*



Figuras Jurídicas solicitadas como Signos distintivos **México**

MARCA

Cualquier signo, o cualquier combinación de signos, que se utiliza para distinguir un producto o servicio de otros de su misma clase en el mercado.



MARCA COLECTIVA

Solicitadas por asociaciones
con la finalidad de distinguir en el mercado los productos o servicios de sus asociados.



Aviso comercial

Frases u oraciones ingeniosas que se utilizan **para promocionar** y distinguir productos o servicios.

“A que no puedes Comer solo una”

- SOY TOTALMENTE PALACIO. Concedida
- EL MEJOR PAN DE TECATE. Concedida
- LA CHISPA CON SUERTE. Concedida
- TIENES QUE VER. Concedida
- Y LA CHEYENNE APA? Exp.



NOMBRE COMERCIAL

Distingue un establecimiento dentro de la zona
donde está establecida su clientela efectiva.

ABARROTOS LUPITA DE ZAPOPAN

- Aunque el nombre comercial está vigente en la Ley , se recomienda que se registre la marca, ya que da mas beneficios que el nombre comercial como a continuación se describe:

MARCA

VS

NOMBRE COMERCIAL

- Da protección a Nivel Nacional.
- Protege nombre e imagen.
- Se obtiene un título de Registro.
- Protege el servicio y no solo el establecimiento.

- La protección se limita a una zona geográfica determinada.
- Solo protege el nombre.
- Solo se pública y no se obtiene un registro.
- Protege solo el establecimiento.
- Se necesita una fe de hechos.

TIPOS DE MARCAS

NOMINATIVAS

Protegemos fonéticamente como suena la marca, sin ninguna imagen en especial.

LEVIS

AEROMEXICO

NIKE

TELCEL

APPLE

COCA-COLA

INNOMINADA

Protegemos tan solo la imagen, sin ningún elemento fonético



TRIDIMENSIONALES

Protegemos la forma de un producto, sus envases o envolturas siempre y cuando distinga el producto y no corresponda a una forma usual en el mercado.



MIXTA

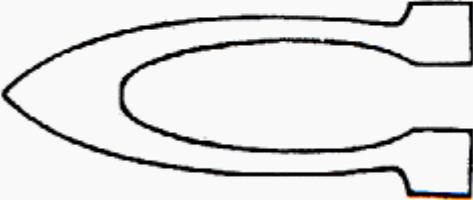
Protegemos de manera conjunta el nombre y la imagen



Las marcas tridimensionales las representan comúnmente 3 dimensiones: alto, ancho y profundidad.



Es decir que ocupan un espacio determinado por si mismos y que pueden estar representados por envases, envoltorios, botellas, el entorno o forma del producto, siempre y cuando distinga el producto y no corresponda a una forma usual en el mercado

Datos generales	
Ver Expediente (PDF)	Descargar datos de la consulta
Número de expediente:	717005
Número de registro:	890446
Fecha de presentación:	12/05/2005 12:52:04 PM
Fecha de uso:	
Fecha de concesión:	18/07/2005
Fecha de vigencia:	12/05/2015
Denominación:	
Clase nacional:	
Tipo de solicitud:	MARCA
Tipo de marca:	DISEÑO
Leyendas y figuras no reservables:	
Imagen	
	

Productos y servicios		
Clase	Tipo de clase	Descripción
14	8	MANCUERNILLAS, PISACORBATAS, ANILLOS, BRAZALETES, ARETES, COLLARES, BROCHES; RELOJES DE MANO, CRONOMETROS, RELOJES, ESTENSIBLES PARA RELOJES DE MANO, BRAZALETES PARA RELOJES DE MANO, CAJAS DE METAL PRECIOSO PARA RELOJES DE MANO Y JOYERIA.

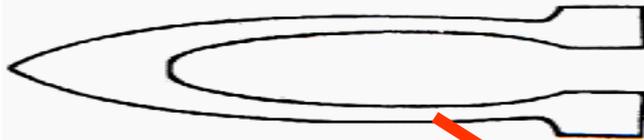


[Ver Expediente \(PDF\)](#)

[Descargar datos de la consulta](#)

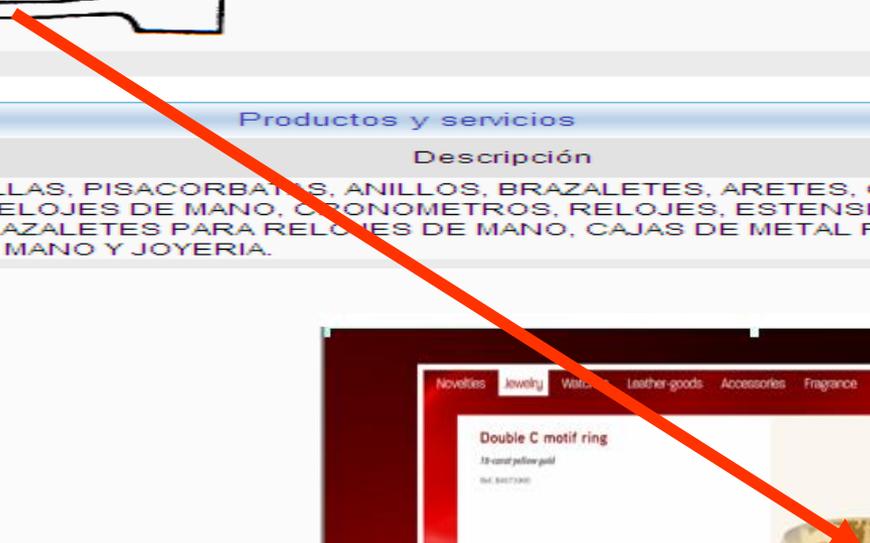
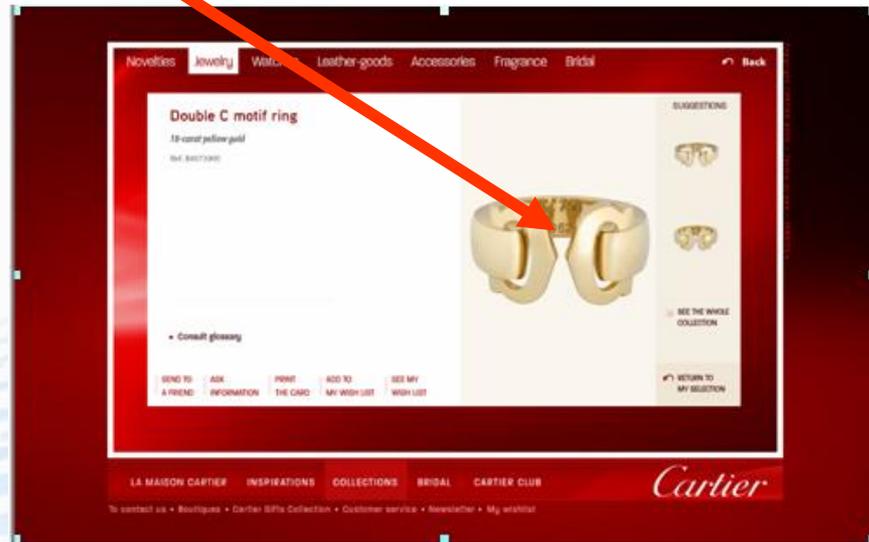
Número de expediente: 717005
 Número de registro: 890446
 Fecha de presentación: 12/05/2005 12:52:04 PM
 Fecha de uso:
 Fecha de concesión: 18/07/2005
 Fecha de vigencia: 12/05/2015
 Denominación:
 Clase nacional:
 Tipo de solicitud: MARCA
 Tipo de marca: DISEÑO
 Leyendas y figuras no reservables:

Imagen



Productos y servicios

Clase	Tipo de clase	Descripción
14	8	MANCUERNILLAS, PISACORBANTES, ANILLOS, BRAZALETES, ARETES, COLLARES, BROCHES; RELOJES DE MANO, CRONOMETROS, RELOJES, ESTENSIBLES PARA RELOJES DE MANO, BRAZALETES PARA RELOJES DE MANO, CAJAS DE METAL PRECIOSO PARA RELOJES DE MANO Y JOYERIA.



[Ver Expediente \(PDF\)](#)

[Descargar datos de la consulta](#)

Número de expediente:	100021
Número de registro:	201731
Fecha de presentación:	30/04/1976 12:00:00 AM
Fecha de uso:	
Fecha de concesión:	14/04/1977
Fecha de vigencia:	30/04/2011
Denominación:	
Clase nacional:	40
Tipo de solicitud:	MARCA
Tipo de marca:	DISEÑO
Leyendas y figuras no reservables:	

Imagen



Novelties Jewelry Watches Leather-goods Accessories Fragrance Bridal Back

Double C motif ring, large model
18-carat white gold, diamonds
Ref. 84070200

SUGGESTIONS

SEE THE WHOLE COLLECTION

RETURN TO MY SELECTION

SEND TO A FRIEND ASK INFORMATION PRINT THE CARD ADD TO MY WISH LIST SEE MY WISH LIST

LA MAISON CARTIER INSPIRATIONS COLLECTIONS BRIDAL CARTIER CLUB

To contact us • Boutiques • Cartier Gifts Collection • Customer service • Newsletter • My wishlist

Cartier

En México, cualquier persona podrá hacer uso de una marca, sin embargo, **el derecho al uso exclusivo de ésta, solo se obtiene mediante su registro ante el IMPI.**



SIGNOS DISTINTIVOS

Principios de Territorialidad, Especialidad
y Temporalidad

PRINCIPIO DE TERRITORIALIDAD:



La protección de una
marca es únicamente
Nacional, es decir solo es
válida en el país donde se
protege.

PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD



34 CLASES DE PRODUCTOS

Y

11 CLASES DE SERVICIOS

El ámbito de protección que otorga una marca se limita a los productos o servicios para los cuales se encuentra registrada.

CORONA



Reg. 905575 Clase 32
(Cerveza) y Reg.1046299
Clase 41(Ser, Culturales)



Reg.955358
(Clase 29
carne, salami
etc)

CORONA
REG1136402
Clase
21(cepillos de
dientes)



Reg. 905575
Clase 8 (Cuchillos, rastrillos)

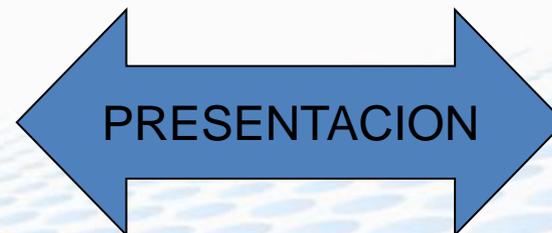
PRINCIPIO DE TEMPORABILIDAD

El registro de marca tendrá una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por períodos de la misma duración.

La renovación podrá hacerse ya sea seis meses antes de la vigencia o bien seis meses después.



6 MESES
ANTES



6 MESES
DESPUES



- **PARTICULARIDADES DE LA TERRITORIALIDAD**

- Es decir, que si la empresa registra en México la marca solo se protege en éste país y si interesa registrar en otro país se deberá acudir a la oficina de Patentes y marcas de cada uno de ellos.

SISTEMAS PARA PROTEGER EN OTROS PAISES DE REGISTRO DE MARCAS

- CONVENIO DE PARIS
- MARCA COMUNITARIA
- SISTEMA DE MADRID
- MERCOSUR
- PACTO ANDINO

¿Qué puede ser marca y que no?

(Lo registrable y no registrable)

MARCAS REGISTRABLES

Todas las que no contravengan a la L.P.I. Y en específico al artículo 90 del mismo ordenamiento.

- Todo aquello que sea suficientemente distintivo



1.- Denominaciones y figuras visibles



KODAK

LA COSTEÑA

PEPSI



TECATE



GIGANTE

3.-Formas tridimensionales



4.-Nombres comerciales y denominaciones o razones sociales.

ABARROTOS LA LUPITA

CLUB DEPORTIVO LA PALOMA, S.A. DE C.V.

COLEGIO MICHOACANO, A.C.

5.-El nombre propio de una persona física.

ANTONIO MORENO

MACARIO JIMENEZ (CL. 25)

JUAN PEREZ

6.- SEUDONIMOS
(CHABELO)

MARCAS REGISTRABLES

Todas las que no contravengan a la L.P.I. Y en específico al artículo 90 del mismo ordenamiento.

- Todo aquello que sea suficientemente distintivo



MARCAS NO REGISTRABLES

- Por no ser distintivas
- Por ser descriptivas
- Por tratarse de símbolos oficiales
- Por inducir al error o confusión
- Por estar íntimamente vinculadas a una persona o empresa
- Por afectarse derechos sobre marcas, previamente reconocidas

NO PUEDEN SER REGISTRADAS ANTE EL IMPI:

ARTICULO 4 L.P.I.:

No se otorgará patente, registro o autorización, ni se dará publicidad en la Gaceta, a ninguna de las figuras o instituciones jurídicas que regula esta Ley, cuando sus contenidos o formas sean contrarios al orden público, a la moral y a las buenas costumbres o contravengan cualquier disposición legal.



Marca: CABRON

Clase: 25.

Dictamen del IMPI:

IMPEDIMENTO LEGAL



Marca Solicitada: GRAND COJONUDO

**Clase: 34 TODO TIPO DE PUROS, PRODUCTOS DE TABACO
Y ARTICULOS PARA FUMADORES.**

**Dictamen del IMPI: SE COMUNICA IMPEDIMENTO LEGAL
Por ser una denominación que ideológicamente es contraria a la
moral y a las buenas costumbres.**

NEGATIVA DE REGISTRO

TITULO DE REGISTRO DE MARCA COLECTIVA



Titular CARIDAD RAMON PLATAS

Nacionalidad MEXICANA

Domicilio ZACATECAS # 172, ESQ. TONALA, COL. ROMA
MEXICO, D.F. 06700 MEXICO

Establecimiento ZACATECAS # 172, ESQ. TONALA, COL. ROMA
MEXICO, D.F. 06700 MEXICO

Marca 966885 **Tipo de Marca** MIXTA

Signo distintivo GRAND COJONUDO y Diseño

Clase 34

Se aplica a



Expediente 655665

Fecha de presentación MAY 11, 2004

Hora 14:21

Clasificación de Viena 3.4.13, 27.3.15

El presente registro se otorga en cumplimiento a la sentencia de fecha 3 de octubre de 2005, emitida por la Sexta Sala Regional Metropolitana del Tribunal Federal de Justicia Fiscal y Administrativa, derivada del juicio que se siguió en el expediente número 10069/05-17-06-1

De conformidad con el artículo 95 de la Ley de la Propiedad Industrial, el presente registro tiene una vigencia de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y el mismo podrá

Quien suscribe el presente título lo hace con fundamento en los artículos 6º fracción III y 7 bis 2 de la Ley de la Propiedad Industrial; 1º, 3º fracción V, inciso b), subinciso II) primero, segundo, tercero y cuarto guión, 4º, 5º, 11 fracción II, y último párrafo y 13 fracción III del Reglamento del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial; 3º, 4º, 5º párrafos vigésimo cuarto a vigésimo séptimo, 17 fracción III, 28 y 31 del Estatuto Orgánico de este Instituto; 1º, 3º y 6º inciso a) y párrafo párrafo del Acuerdo que delega facultades en los Directores Generales Adjuntos, Coordinador, Directores Divisionales, Titulares de las Oficinas Regionales, Subdirectores Divisionales, Coordinadores Departamentales y Otros Subalternos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

MEXICO, D.F. A 12 DE DICIEMBRE DE 2006.

LA COORDINADORA DEPARTAMENTAL DE EXAMEN DE MARCAS 'A'

LIC. LAURA MARTINEZ MACEDO



20060551731

El título en la parte relativa a los fundamentos, señala:

“El presente registro se otorga en cumplimiento a la sentencia de fecha 3 de octubre del 2005 , emitida por la Sexta Sala Regional Metropolitana del Tribunal de Justicia Fiscal y Administrativa derivada del juicio que se siguió en el expediente numero 1006905-17-06-1”



Marca Solicitada: SATAN-ASS

Clase: 25 VESTUARIO

**Dictamen del IMPI: SE COMUNICA IMPEDIMENTO LEGAL
PARA EL REGISTRO, POR SER UNA DENOMINACION QUE
TRADUCIDA AL IDIOMA ESPAÑOL Y CUYO CONTENIDO
IDEOLOGICO ATENTA CONTRA LA MORAL Y LAS BUENAS
COSTUMBRES DE NUESTRO PAIS.**

NO PUEDEN SER REGISTRADAS ANTE EL IMPI:

ARTICULO 90: No serán registrables como marca:

IV. Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como marcas. Quedan incluidas en el supuesto anterior las palabras descriptivas o indicativas que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción.

RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.

MARCAS DESCRIPTIVAS:

EXPEDIENTE: 801961
(de marca)

ASUNTO: Se le comunica impedimento legal.

MEXICO, D. F., A 07 DE FEBRERO DE 2008

ARMANDO MARQUEZ LOPEZ
AV. DE LOS MANGOS # 493, FRACC. COSTA AZUL

22890 ENSENADA, B.C.

SIGNO DISTINTIVO: EL TEJUINO

Con relación a la solicitud arriba indicada, se le manifiesta que al practicarse el examen correspondiente, se encontró como impedimento:

QUE LA DENOMINACION PROPUESTA A REGISTRO RESULTA DESCRIPTIVA DE LOS PRODUCTOS A PROTEGER, INCURRIENDO POR LO TANTO EN LA PROHIBICION QUE SEÑALA EL ARTICULO 90 FRACC. IV DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

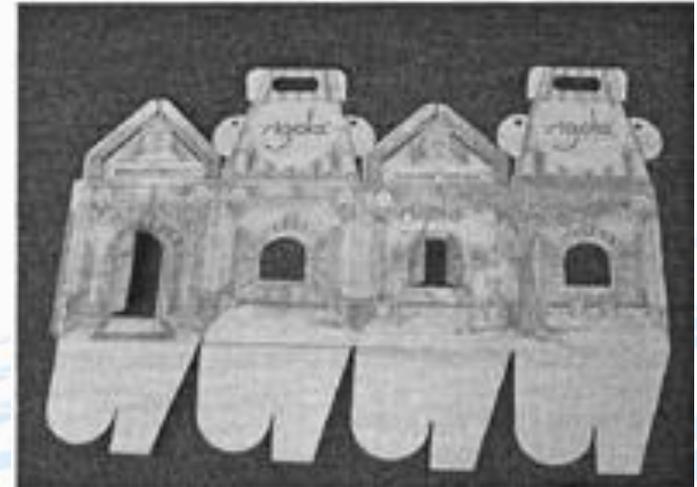
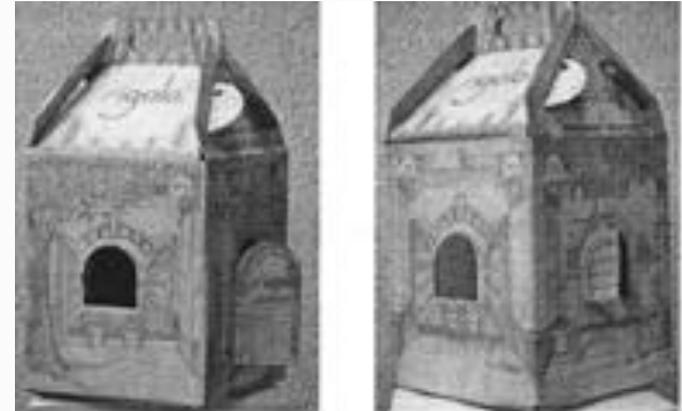
NO PUEDEN SER REGISTRADAS ANTE EL IMPI:

ARTICULO 90: No serán registrables como marca:

- IV. Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como marcas. Quedan incluidas en el supuesto anterior las palabras descriptivas o indicativas que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción.

EJEMPLO DE UNA MARCA TRIDIMENSIONAL SOLICITADA

Número de expediente:	979797
Número de registro:	
Fecha de presentación:	15/12/2008 02:00:19 PM
Fecha de uso:	19/11/2003
Fecha de concesión:	
Fecha de vigencia:	
Denominación:	RIGOLO
Clase nacional:	
Tipo de solicitud:	MARCA
Tipo de marca:	MIXTA (Diseño y Forma Tridimensional)



Se negó por ser descriptiva

RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.

ARTICULO 90: No serán registrables como marca:

XII. Los nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, en su orden, del cónyuge, parientes consanguíneos en línea recta y por adopción, y colaterales, ambos hasta el cuarto grado.

RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.



SIGNO DISTINTIVO: MUHAMMAD ALITAS y Diseño

Con relación a la solicitud arriba indicada, se le manifiesta que al practicarse el examen correspondiente, se encontró como impedimento:

QUE EL SIGNO DISTINTIVO PROPUESTO INCURRE EN LA PROHIBICION PREVISTA EN ART. 90 FRACCIONES XII Y XIII DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL POR REPRODUCIR SIN AUTORIZACION EL NOMBRE ARTISTICO DEL BOXEADOR ESTADOUNIDENSE MUHAMMAD ALI.

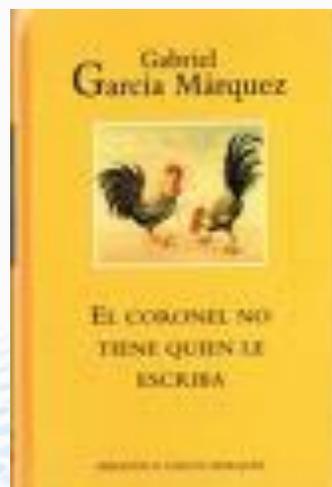
RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.

ARTICULO 90: No serán registrables como marca.

XIII. Los títulos de obras intelectuales o artísticas, así como los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización, los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos, a menos que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.



CL-16



RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.



Certificado con acuse de Recibo.
REG.- 118042



**DIRECCION DIVISIONAL DE MARCAS
SUBDIRECCION DIVISIONAL DE EXAMEN DE SIGNOS DISTINTIVOS.
COORDINACION DEPARTAMENTAL DE EXAMEN DE MARCAS.**

EXPEDIENTE: 1101365 (de marca).

**Asunto: Se le comunica impedimento legal.
México, D. F. a 28 DE JULIO DE 2010.**

ERNESTO AARON MARTINEZ NIEVES

**PASEO RIO SONORA # 91-A, COL. PROYECTO RIO SONORA VADO DEL RIO
83270 HERMOSILLO, SON.**

SIGNO DISTINTIVO: HULK

Con relación a la solicitud arriba indicada, se le manifiesta que al practicarse el examen correspondiente, se encontró como impedimento:

QUE EL SIGNO DISTINTIVO PROPUESTO A REGISTRO INCURRE EN LA PROHIBICION PREVISTA EN LA FRACCION XIII DEL ART. 90 DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, TODA VEZ QUE REPRODUCE SIN AUTORIZACION EL NOMBRE DE UN PERSONAJE FICTICIO, PROPIEDAD DE MARVEL COMICS.

Para que de cumplimiento a lo anterior, manifieste lo que a su derecho convenga y efectúe el pago de la tarifa que por trámites y servicios se deberán cubrir al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, por concepto de reposición de documentación, complementación de información faltante, aclaración o subsanación de omisiones, así como por enmiendas voluntarias, (art. 29); por lo anterior se le concede un plazo de dos meses contados a partir del día siguiente de la notificación del presente oficio, para que de cumplimiento a lo solicitado, apercibido que de no contestar dentro de dicho término, se tendrá por abandonada su solicitud con base en los artículos 122 y 122 bis de la Ley de la Propiedad Industrial.

RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.

ARTICULO 90: No serán registrables como marca:

XV. Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio. (ver texto LPI)

http://www.impi.gob.mx/wb/IMPI/ley_de_la_propiedad_industrial?page=18

❖ **Art. 98 en adelante procedimiento.**

Ejemplos

MARCAS NOTORIAS

ANDREA BARCEL RICOLINO PRITT

MARCAS FAMOSAS

CINEPOLIS BIMBO MARINELA GANSITO
REDBULL, INTEL ,HARMON HALL, JOSE
CUERVO y BMW

- **En Junio de 2011 PEMEX y LOGO**

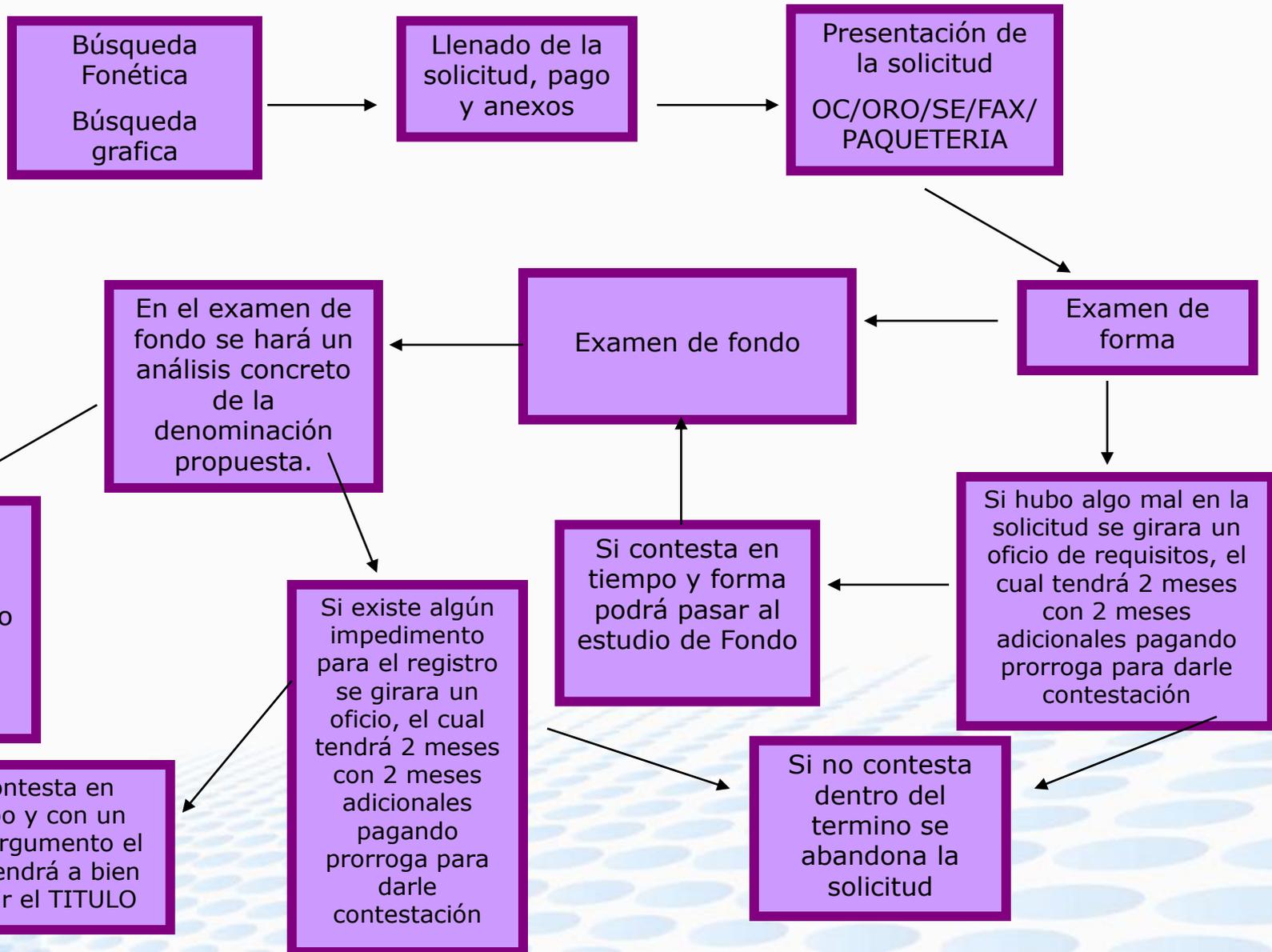
RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.

ARTICULO 90: Fracción XII



Recientemente la empresa Nestle fue condenada al pago de 15.6 MD, por el uso de la imagen de Russell Christoff, quien poso en 1986 para ser la imagen del café Taster's Choice, el pago fue del 5% de las ventas del café de 1997 al 2003.

PASOS A SEGUIR



Signos Distintivos

MARCAS	AVISOS COMERCIALES
10 AÑOS RENOVABLES	10 AÑOS RENOVABLES
\$ 2,671.86	<u>\$ 713.13</u>
TÍTULO	TÍTULO



- Denominación de Origen

Marco Jurídico Nacional.

▣ Art. 156 LPI

Se entiende por denominación de origen, el nombre de una región geográfica del país que sirva para designar un producto originario de la misma, y cuya calidad o característica se deban exclusivamente al medio geográfico, comprendiendo en este los factores naturales y humanos.

Protección de las Indicaciones Geográficas

Marco Jurídico Internacional.

- ▣ El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial de 1883.
- ▣ El Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional de 1958.
- ▣ ADPIC ó TRIP´S regula en sus artículos 23, 24 y 25 la protección de la Indicaciones Geográficas a países miembros de OMC, entró en vigor en el 2000.
- ▣ El Acuerdo entre México y la Unión Europea concerniente al Reconocimiento Mutuo y a la Protección de Denominaciones de Origen en el Sector de las Bebidas Espirituosas de 1997.

Protección de las Indicaciones Geográficas

Marco Jurídico Nacional (Antecedentes).

- 1942 Primera referencia sobre Denominaciones de Origen (Concepto de D.O).
- 1973 Procedimiento para su protección.
- 1976 Posibilidad de iniciar trámite de protección a instancia de parte o de Oficio.
Nuevas obligaciones para el usuario.
- 1991 Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial. Primera referencia de marcas colectivas.
- 1994 Ley de la Propiedad Industrial.- Marco legal vigente para la protección de las Denominaciones de Origen y marcas colectivas.

Protección de las Indicaciones Geográficas

Denominación de Origen. Elementos

Elementos:

I.-Es el nombre de una región geográfica.

II.-Dicho nombre distingue un producto originario de esa región.

III.-La calidad y características del producto se deben al medio geográfico, por los factores:

⇒ Naturales

⇒ Humanos

Protección de las Indicaciones Geográficas

Denominación de Origen

Factores Naturales.

- Características del suelo.
- Temperatura.
- Humedad.
- Altura sobre el nivel del mar.
- Clima.



Protección de las Indicaciones Geográficas

Denominación de Origen

Factores Humanos

- Tradición.
- Especialización en determinado arte u oficio.
- Utilización de procesos especiales.



Denominación de Origen

Titularidad

El Estado Mexicano es el titular de la denominación de origen y ésta sólo podrá usarse mediante autorización que expida el IMPI.

DENOMINACION DE ORIGEN

Denominación de Origen

Alcance de la Protección.

El IMPI tiene la facultad de declarar la protección de una Denominación de Origen de oficio o a petición de parte.

La protección de las Denominaciones de Origen estipulada en el artículo 157 de la LPI se inicia con la Declaración que al efecto emita el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

Denominación de Origen

Alcance de la protección.

Esta protección sanciona el uso ilegal de las denominaciones de origen y prohíbe su uso en los casos en que vaya acompañada de indicaciones como “género”, “tipo”, “manera”, “imitación”, u otras análogas que creen confusión en el consumidor o implique actos de competencia desleal.

Proceso de Solicitud y Declaratoria

● Declaratoria de Protección.

- ❖ Por iniciativa del IMPI.
- ❖ A petición de quien demuestre tener interés jurídico

● Art. 158 LPI. Tienen Interés Jurídico:

- ❖ Personas físicas o morales dedicadas a la extracción, producción o elaboración del producto que pretende ampararse por la denominación de origen.
- ❖ Cámaras o asociaciones de fabricantes o productores.
- ❖ Dependencias o entidades del gobierno federal y de los gobiernos de las entidades de la Federación.

Denominación de Origen

Requisitos y Anexos de la Solicitud.

- Presentar solicitud por escrito.
- Acompañar la documentación necesaria que fundamenta y comprueba el interés jurídico de aquellos que solicitan la protección a través de la D.O.
- Comprobante de pago de la tarifa correspondiente

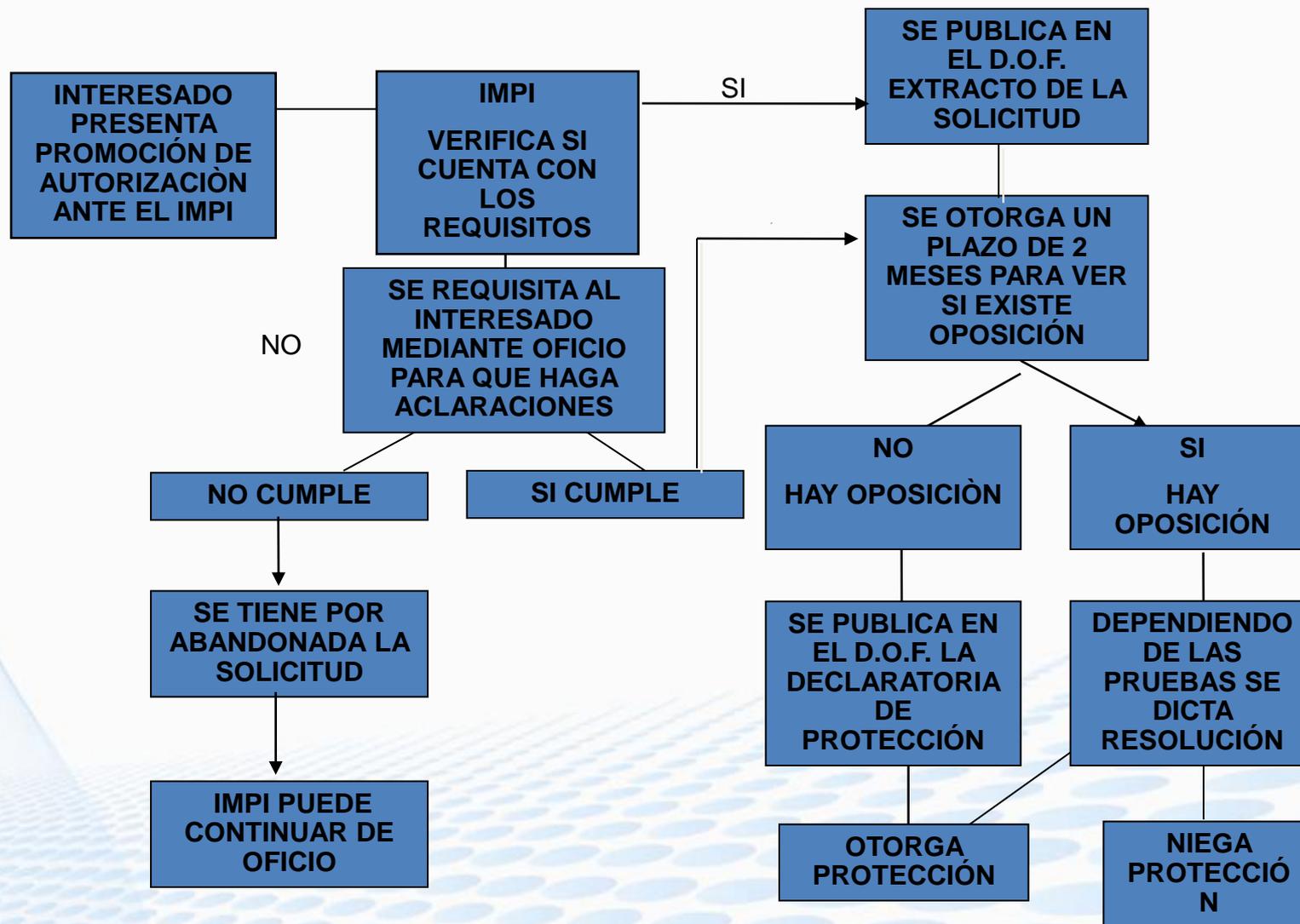
Además la solicitud deberá contener la siguiente información:

- Nombre, domicilio y nacionalidad del solicitante.
- Naturaleza y actividades a que se dedica (persona moral).
- Interés jurídico del solicitante.
- Señalamiento de la denominación de origen.
- Descripción detallada del producto:
 - ❖ Características y componentes.
 - ❖ Forma de extracción y procesos de elaboración.
 - ❖ Normas oficiales a que se sujeta el producto.
 - ❖ Normas de envasado, empacado, etiquetado y embalaje.

Información que debe contener la solicitud.

- Lugar o lugares de extracción, producción o elaboración, delimitando el territorio de origen de acuerdo a los caracteres geográficos y divisiones políticas.
- Los demás que considere necesarios o pertinentes el solicitante.
- Detallar vínculos entre denominación, producto y territorio.

Tramite de la solicitud.



Declaratorias de DO en Mexico

- Actualmente existen 13 denominaciones de Origen en México:
- Tequila, Mezcal, Olinalá, Talavera, Bacanora, Ambar de Chiapas, Café de Veracruz, Sotol, Charanda, Mango Ataulfo del Soconusco Chiapas, Café Chiapas, Chile Habanero de Yucatán y Vainilla de Papantla

Declaratorias de DO en Mexico

- Actualmente existen 13 denominaciones de Origen en México:
- Tequila, Mezcal, Olinalá, Talavera, Bacanora, Ambar de Chiapas, Café de Veracruz, Sotol, Charanda, Mango Ataulfo del Soconusco Chiapas, Café Chiapas, Chile Habanero de Yucatán y Vainilla de Papantla

Marcas mas valiosas 2011

1		71,861 (\$m)
2		69,905 (\$m)
3		59,087 (\$m)
4		55,317 (\$m)
5		42,808 (\$m)
6		35,593 (\$m)
7		35,217 (\$m)

Marcas mas valiosas 2011

8  33,492 (\$m)

9  29,018 (\$m)

10  28,479 (\$m)

LA MEXICANA

85  3,924 (\$m)

100  3,512 (\$m)



- Explotación Legítima y Conservación de Derechos

TRANSMISION DE DERECHOS

CONTRATOS



OTRAS FORMAS

TESTAMENTO

● HERENCIA

● LEGADO



ORDEN JUDICIAL

● GRAVAMEN

● EMBARGO

CONFUSIÓN EN AVISOS COMERCIALES

EN LOS AVISOS COMERCIALES EL SIGNIFICADO DE LA FRASE ES UN ELEMENTO FUNDAMENTAL A VALORAR PARA DETERMINAR SI LA IDEA QUE SE GENERA EN EL CONSUMIDOR ES O NO CONFUNDIBLE

El titular del registro 11254, demandó a McDonald's y la resolución del decimotercero Tribunal Colegiado en Materia Civil condenó a McDonald's a pagar una multa por casi 50 millones de dólares por el delito de plagio publicitario.

**LA PRIMERA HAMBURGESA CON
SABOR MEXICANO**

Registro: 11254

**LA NUEVA HAMBURGESA
MEXICANA**

Infractor McDonalds

RECHAZO DE SOLICITUDES ARTICULO 90 DE LA L.P.I.

ARTICULO 90: Fracción XII



Recientemente la empresa Nestle fue condenada al pago de 15.6 MD, por el uso de la imagen de Russell Christoff, quien poso en 1986 para ser la imagen del café Taster's Choice, el pago fue del 5% de las ventas del café de 1997 al 2003.

La protección de una Marca empieza en la propia empresa, sin embargo, su buen o mal uso determinarán el valor que tenga en un futuro o bien, ocasionará su deterioro y en el peor de los casos su pérdida.





LOGOTIPOS:

IMPORTANTE PERSONALIDAD DEL PRODUCTO, IMPACTO VISUAL.



La marca debe usarse:

1.- Tal y como fue registrada.



MARCA REGISTRADA



incorrecto



incorrecto

2.- Sin abreviaturas. A menos que las siglas o la abreviatura también estén registradas, Ejemplo:



HEWLETT
PACKARD



HEWLETT
PACKARD

3.- Deben Utilizarse con el símbolo

®

o MR

MARCA
REGISTRADA
!!

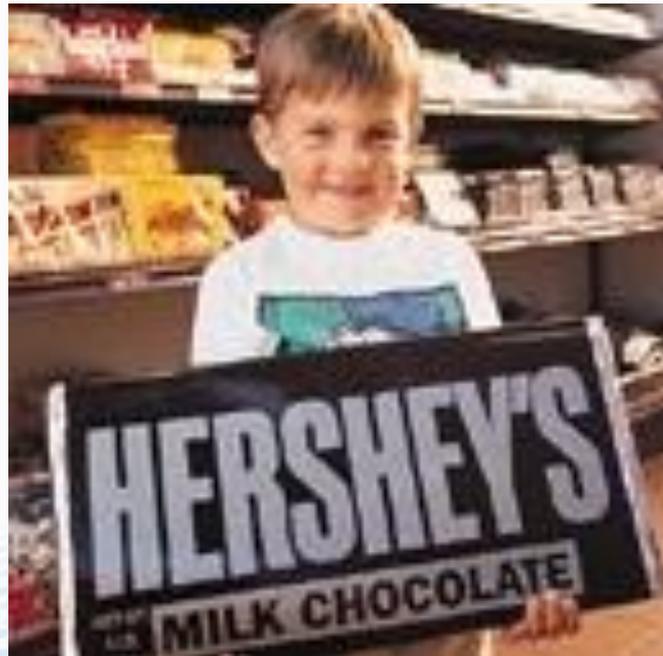


La ostentación de la leyenda "marca registrada", las siglas "M. R." o el símbolo ® sólo podrá realizarse en el caso de los productos o servicios para los cuales la marca se encuentre registrada.



ARTICULO 128 (L.P.I.):

La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada o con modificaciones que no alteren su carácter distintivo.



FORMAS DE EXPLOTACIÓN DE LA MARCA

Entendemos que la marca es explotada cuando se utiliza y disfruta por su titular o bien quien tiene derecho a hacerlo ya sea por una licencia, o por un medio legal adecuado que de ese derecho, y será ilegítima cuando un tercero al titular este utilizándola sin contar con el permiso o autorización correspondiente.



**EXPLOTACION
DE LA P. I.**

LEGITIMA

⇒ **TITULAR**

⇒ **TERCEROS**

- **TRANSMISION DE DERECHOS**
- **LICENCIAS DE USO**
- **FRANQUICIAS**

ILEGITIMA

= INFRACCIONES Y DELITOS

MECANISMOS DE DEFENSA

- **VIA ADMINISTRATIVA**
- **VIA PENAL**
- **VIA CIVIL**

TRANSMISION DE DERECHOS

CONTRATOS

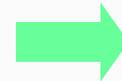


OTRAS FORMAS

TESTAMENTO

● HERENCIA

● LEGADO



ORDEN JUDICIAL

● GRAVAMEN

● EMBARGO

INVENCIONES

¿Dónde están las Invenciones?



**PELON
PELO
RICO®**



VIAGRA®
(sildenafil citrate) tablets



PRINCIPALES FIGURAS JURÍDICAS DE INVENCIONES:

- ⇒ PATENTE DE INVENCION.**
- ⇒ MODELO DE UTILIDAD.**
- ⇒ DISEÑO INDUSTRIAL:**
 - ⇒ DIBUJO.**
 - ⇒ MODELO.**



¿Qué es una Patente?

Es el monopolio otorgado por el estado a un inventor por un periodo limitado de tiempo, en recompensa por la descripción de la invención, de tal manera que otros puedan gozar del beneficio de la invención. **20 AÑOS IMPRORROGABLES,—después pasa a DOMINIO PUBLICO**

Patentes:



Productos



Procesos



Usos

Condiciones de patentabilidad:

ALGO NUEVO



OBTENIDO DE UN PROCESO CREATIVO



QUE PUEDE REPRODUCIRSE EN LA INDUSTRIA





¿Qué es un Modelo de Utilidad?

Cualquier utensilio, que como resultado de una modificación en su estructura, presenta una función diferente respecto de las partes que lo integran o representa una ventaja en su utilidad. 10 AÑOS IMPRORROGABLES.

Modelos de Utilidad:



Únicamente para Productos

¿Qué es un Diseño Industrial?

Los dibujos industriales son toda combinación de figuras, líneas o colores que se incorporan a un producto industrial con fines de ornamentación, dándole un aspecto peculiar y propio.

Los modelos industriales se constituyen por toda forma tridimensional, que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto que le da apariencia especial y no implique efectos técnicos.

15 AÑOS IMPROORROGABLES

Dibujos



Plano Bidimensional

Modelos:



Plano Tridimensional

Son importantes las patentes en otras palabras ...

- ⊕ Se tiene el control de la invención protegida: comercial.
- ⊕ Contribuye a obtener un mejor rendimiento del capital invertido en crear y comercializar la invención
- ⊕ Genera la obtención de recursos a la empresa o institución.

En otras palabras ...

- ⊕ Incrementan el valor comercial de una empresa y sus productos.
- ⊕ Una invención protegida puede cederse o licenciarse, lo que permite acceder a mercados inabordables.
- ⊕ Para defenderse de la “piratería”, competencia desleal, etc.
- ⊕ Además de explotar exclusivamente la tecnología, el investigador puede publicar dicha tecnología en otros tipos de publicaciones (artículos, revistas, libros, etc.)

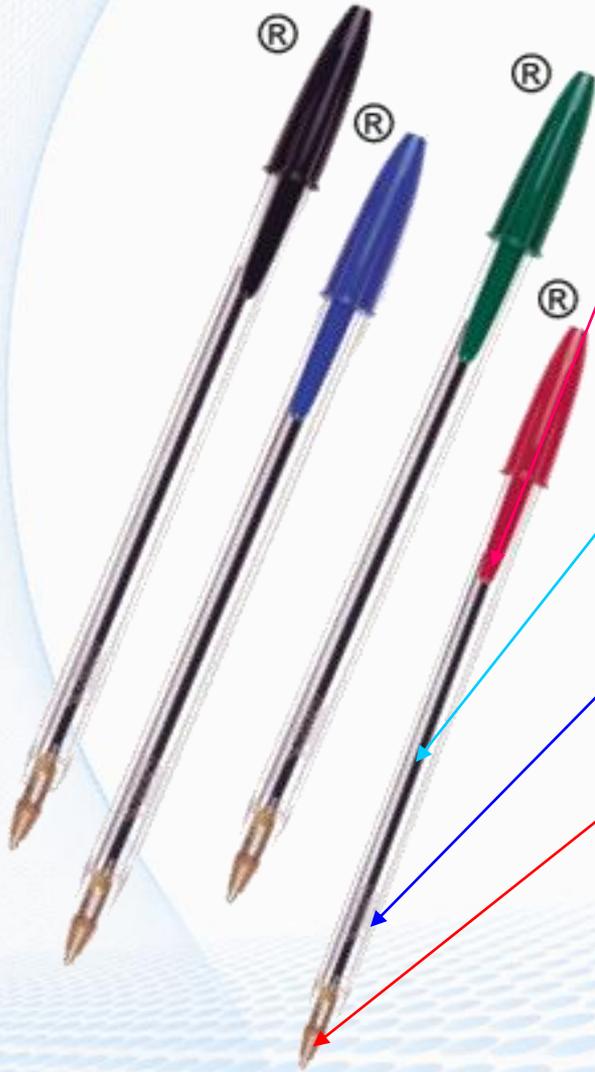
Que pasa si se divulga la invención antes de su protección ...

- ⊕ Si la invención es publicada o divulgada pierde la novedad que es uno de los requisitos para patentarse....
- ⊕ En México la Ley de Propiedad Industrial permite que una vez divulgada la invención se pueda presentar una solicitud dentro de los 12 meses a partir de la fecha de divulgación o publicación de la invención
- ⊕ Si no se hace en ese tiempo la tecnología pasa al dominio publico y se pierde toda posibilidad de protección.
- ⊕ Las desventajas de divulgar la información antes de proteger es que alguien mas puede ingresar la solicitud de patentes, ya que « primero en tiempo primero en derecho.

Inventiones

PATENTES DE INVENCION	MODELOS DE UTILIDAD	DISEÑOS INDUSTRIALES (MODELOS Y DIBUJOS)
20 AÑOS IMPRORROGABLES	10 AÑOS IMPRORROGABLES	15 AÑOS IMPRORROGABLES
PRODUCTOS, METODOS DE ELABORACION Y USO	PRODUCTO	PRODUCTO
<u>\$ 8,789.77 (IVA INCLUIDO SIN DESCUENTO 50 %)</u>	<u>\$ 2,202.99 (IVA INCLUIDO SIN DESCUENTO 50 %)</u>	<u>\$ 2,202.99 (IVA INCLUIDO SIN DESCUENTO 50 %)</u>
TÍTULO	REGISTRO	REGISTRO

Qué hay detrás de un producto ...



Modelo de Utilidad

Patente

Diseño Industrial
(modelo industrial)

Patente



Marca Mixta

no sabe fallar

Aviso Comercial

MEDIOS QUE PROPORCIONA EL ESTADO PARA COMBATIR LA PIRATERÍA

- **Vía penal:**
Mediante la tipificación de determinadas conductas como delito. (v.g. ART. 424-429 CPF)
- **Vía civil:**
Mediante las acciones para el resarcimiento de los daños y perjuicios causados al titular de los derechos.
- **Vía Administrativa:**
Mediante la aplicación de sanciones económicas por determinadas conductas de aprovechamiento indebido de derechos de propiedad intelectual ajenos.



Derecho de autor

Derecho de Autor

- **MARCO JURÍDICO PRINCIPAL.**
- **Ley Federal del Derecho de Autor. (LFDA 1996 Ref 2003.)**
- **Convenio de Berna. (C. BERNA 1886, Paris 1971 DOF 1975.)**
- **Tratado OMPI sobre el derecho de autor. (TODA/WCT 1996. DOF 2002.)**

Derecho de Autor

Los derechos de autor que se reconocen en nuestra legislación respecto de las obras de las siguientes ramas:

- I.** Literaria;
- II.** Musical, con o sin letra;
- III.** Dramática;
- IV.** Danza;
- V.** Pictórica o de dibujo;
- VI.** Escultórica y de carácter plástico;

Derecho de Autor

- VII.** Caricatura e historieta;
- VIII.** Arquitectónica;
- IX.** Cinematográfica y demás obras audiovisuales;
- X.** *Programas de radio y televisión;*
- XI.** Programas de cómputo;
- XII.** Fotográfica;
- XIII.** Obras de arte aplicado que incluyen el diseño gráfico o textil, y

Derecho de Autor

- XIV.** De compilación, integrada por las colecciones de obras, tales como las **enciclopedias, las antologías, y de obras u otros elementos como las bases de datos**, siempre que dichas colecciones, por su selección o la disposición de su contenido o materias, constituyan una creación intelectual.
- Las demás obras que por analogía puedan considerarse obras literarias o artísticas se incluirán en la rama que les sea más afín a su naturaleza.

Derecho de Autor

- La protección que otorga en Derecho de Autor se concede a las obras desde el momento en que hayan sido fijadas en un soporte material, independientemente del mérito, destino o modo de expresión.

Derecho de Autor

- **Artículo 5o.-** La protección que otorga esta Ley se concede a las obras desde el momento en que hayan sido fijadas en un soporte material, independientemente del mérito, destino o modo de expresión.
- El reconocimiento de los derechos de autor y de los derechos conexos no requiere registro ni documento de ninguna especie ni quedará subordinado al cumplimiento de formalidad alguna.

Derecho de Autor

- Invenciones → Novedad.
- Marcas → Distintividad.
- **Derecho de Autor** → **Originalidad.**

Derecho de Autor



- Originalidad ≠ Novedad
- Originalidad = Individualidad.



- La obra no exige novedad, lo que si exige es originalidad o individualidad aunque pueda ser o no novedosa.
- La originalidad no tiene que ser absoluta.
- La inspiración del autor no debe estar libre de toda influencia.
- La originalidad se presume, y quien la niegue deberá probarla. US SC.
- Sobre una idea puede haber varias formas de expresión. (Ej. Mickey Mouse, Winnie the pooh.)



Derecho de Autor

- El objeto de protección en Derecho de Autor es la obra, pero entendida como la forma de expresión de las ideas.
- En tanto la idea no tenga expresión material la obra no existe.

Derecho de Autor

- **Derecho Moral.-** Vínculo estrecho que existe entre el autor y su obra, por lo que hay que respetar esa relación espiritual que tiene que ver con el nombre del autor con su fama, con su crédito y con el señorío que le asiste en todo aquello que afecte esa relación personal del autor-obra.(Rangel Medina)

Derecho de Autor

- DERECHO MORALES
- DIVULGACIÓN
- PATERNIDAD
- INTEGRIDAD

Derecho de Autor

- **Derechos Patrimoniales.-** Derecho que el autor tiene de percibir un beneficio o una remuneración de carácter económico, cuando para el público y con fines de lucro se reproduce su obra por cualquier medio. (Rangel Medina.)

Derecho de Autor

- DERECHOS PATRIMONIALES
- DERECHO DE REPRODUCCIÓN
- DERECHO DE COMUNICACIÓN PÚBLICA
- DERECHO DE DISTRIBUCIÓN
- DERECHO DE TRANSFORMACIÓN

Derecho de Autor

VIGENCIA.

- Vida del autor y 100 años más después de su muerte.
- vida del autor y 100 años más después de su muerte. (Art. 29 LFDA)

Derechos de Autor

Derechos de autor detrás de un Producto:



Harry Potter



Las películas de Harry Potter es la franquicia con más ganancias en la historia del cine

- **Harry Potter con sus primeras 5 películas es la franquicia que más ganancias ha obtenido en la historia del cine** (4.47 mil millones de dólares) y que todavía faltan 2 películas y la quinta no ha vendido derechos para transmitir en televisión y tampoco han vendido el DVD.
- Harry Potter ha superado a James Bond, Señor de los Anillos y Star Wars. **Se presume que para el 2010, las ganancias de las películas de Harry Potter podrían estar entre los 7-8 mil millones de dólares.** Si recordamos, James Bond ha tenido 22 películas y Star Wars ha tenido 6 películas desde 1977

Así que saquen sus conclusiones....

La figura del Secreto

- El Secreto Jurídico en México se forma ya sea con la figura del secreto profesional, penal o con la reserva y confidencialidad de cierta información en manos de la administración pública.... En ocasiones entran en colisión los derechos de acceso a la información pública, el derecho a la vida privada etc... derechos que se generan en torno al deber de informar del contribuyente (secreto tributario) y el deber de resguardo de la autoridad.

La figura del Secreto

La figura del Secreto

- En la misma señala que «*el secreto*» en su primera acepción, se aplica a las cosas cuyo conocimiento se guarda entre un reducido número de personas con cuidado de que no trascienda a los demás, en contraste en Derecho *el secreto lo constituye aquello que representa ese objeto*, es decir lo que goza de protección jurídica del secreto no son las cosas, *sino el conocimiento sobre sus características, existencia, posible utilización y naturaleza...*

*LUNA PLA ISSA Y RÍOS GRANADOS GABRIELA, Transparencia, acceso a la información tributaria y el secreto fiscal. Desafíos en México., (EN LINEA), México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, 2010.

La figura del Secreto

- Es decir el secreto respecto a protección jurídica es una excepción al interés público (sin embargo se sostiene la tesis que el interés privado nunca estará por encima del interés público)
- **Secreto bancario:** Los autores coinciden que el secreto bancario es la institución nacida del derecho mercantil, originada de la preocupación de generar un ambiente de confianza en la relación banco-cliente (es de derecho privado)

- LUNA PLA ISSA Y RÍOS GRANADOS GABRIELA, Transparencia, acceso a la información tributaria y el secreto fiscal. Desafíos en México., (EN LINEA), México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, 2010.

La figura del Secreto

- Prácticamente el secreto bancario tiene por objeto el conocimiento que resguarda respecto a los valores (económicos) del individuo o su riqueza material (bases del derecho privado) sin embargo por la complejidad de las labores que realizan estas instituciones y la necesidad de sus servicios en el sector público que en su momento invariablemente el secreto bancario tendrá injerencia en el derecho público.

La figura del Secreto

- **Secreto fiscal o tributario:** Es un derecho Público y nace de la relación y nace de la relación Jurídica tributaria entre Autoridad y Contribuyente.

Tanto el Secreto Bancario como el Tributario resguardan información económica y patrimonial de los usuarios. Sin embargo el origen del resguardo es diferente en el SB la razón de la *reserva es mantener una relación de confianza entre el banco y los clientes*, en el SF derivado de *la obligación de los ciudadanos de los ciudadanos de contribuir con la hacienda pública*.

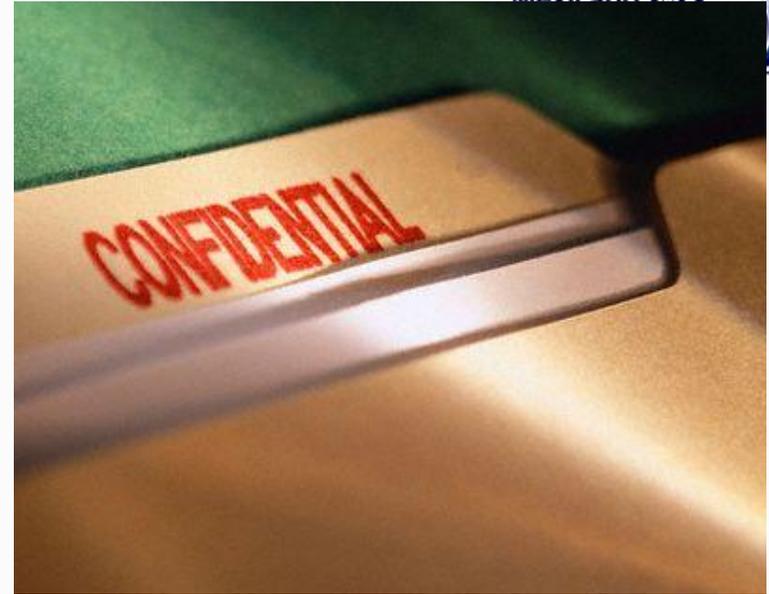
* LUNA PLA ISSA Y RÍOS GRANADOS GABRIELA, Transparencia, acceso a la información tributaria y el secreto fiscal. Desafíos en México., (EN LINEA), México, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Instituto Federal de Acceso a la Información y Protección de Datos Personales, 2010.

La figura del Secreto

- **Secreto Profesional:** Es de la Esfera privada es referente a la relación que se establece entre un profesional por prestar sus servicios y el cliente.

Ejemplo: Relación Notario, Medico -Cliente pero también puede darse Funcionario – Usuario (es el caso de los funcionarios del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial)

Secreto industrial



- INVENCIONES...

Secretos Industriales



Principal Anuncio TV ¿Quién fue John Pemberton? [Fórmula secreta](#) Descargas

FÓRMULA SECRETA

Alrededor de 1880 aparecieron literalmente centenares de bebidas nuevas y todos pretendían ser un tónico milagroso que servía para todo. Sin embargo, había una que destacaba de todas las demás. Una sola que era refrescante y revitalizante a la vez.

No nos debe sorprender que este tónico milagroso procediera de las manos expertas de un famoso médico al que se podía ver recomendando los puertos de Savannah a la luz del alba, esperando la llegada de barcos cargados de especias buscando los ingredientes perfectos. Su nombre era Dr. John Pemberton.

Hay quien dice que ni siquiera sus hijos conocían la composición exacta de la receta. Otros sostienen que encargaba grandes cantidades de especias que no usaba para confinarle a sus competidores. Lo que sí sabemos es que un día, en un caldero de bronce de tres patas John Pemberton creó finalmente su receta perfecta.

Todos los ingredientes se indican en las botellas de Coca-Cola, pero lo que no aparece es la receta secreta, la mezcla exacta de especias exóticas y extractos vegetales procedentes de todo el mundo que, hasta el día de hoy, sigue siendo la fórmula secreta más famosa del mundo.

No te vamos a develar nuestra fórmula secreta, pero sí lo que NO tiene

No lleva conservantes añadidos, ni aromas artificiales.

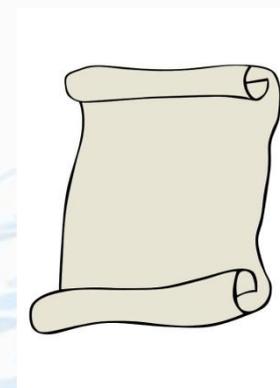


Secreto Industrial

Ejemplos



- Formulación de compuesto químico. Recetas Secretas.
- Proceso de manufactura, de tratamiento o conservación de materiales.
- Estudios comerciales y de mercado
- Bases de datos, clientes, lista de precios, lista de proveedores, ...





Secreto Industrial

- Información de aplicación industrial o comercial
- Carácter confidencial
- Que represente obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas
- Medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad

Secreto Industrial

- Acceso restringido a la misma.
- Constar en soporte material.

(documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros instrumentos similares.)

Secreto Industrial (ejemplos)

- Formulación de compuesto químico
- Proceso de manufactura, de tratamiento o conservación de materiales
- Estudios comerciales y de mercado
- Bases de datos, clientes, lista de precios, lista de proveedores, ...
- Bitácoras de investigación,...

Secreto Industrial

- Medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad

Respecto de la información que se genere o se reciba

- Control de ingreso a ciertas áreas
- Claves y contraseñas para computadoras.
- Bóvedas de seguridad.
- “Encriptonamiento” o codificación de la información.

Secreto Industrial

- Medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad...
 - “Parcializar” la información
 - Cláusulas de Confidencialidad.

Sirve también para manifestar que se tomaron medidas.

Secreto Industrial

Cláusulas de confidencialidad

- Necesidad de protección tanto interna como externa (empleados, asesores, consultores, negociadores, proveedores, franquiciatarios, traductores, “molderos”,...)



- Tanto en la operación de negocios o celebración de contratos como en las negociaciones, si éstas no prosperan)

Secreto Industrial

Cláusulas de confidencialidad

- Necesidad de protección tanto interna como externa ...asesores financieros, legales.
- Especial atención en concursos, certámenes, bases para apoyos económicos, exposiciones, publicaciones,..



Secreto Industrial

- Cláusulas de confidencialidad.
 - Prohibición de duplicar, revelar, fotocopiar, comentar, mandar, enviar, fotografiar,... documentos importantes sin autorización

**TOP
SECRET**

Secreto Industrial

- ...Contrato que contenga las Cláusulas de confidencialidad.
- Identificar que constituye el secreto
- Y de la obligación que tiene que preservarla confidencialmente señalando las penas en que se incurre en caso de que no se preserve de esa manera (sanciones penales y civiles.)

Secreto Industrial

...En cada entrega de información...

- Debe señalarse que es información confidencial (secreto industrial) y
- Que se da por enterado de que se recibe, (quien recibe la información.)

Secreto Industrial

Plazo de protección:

Mientras se conserve esa información
confidencial, con sus características,
como tal (confidencial.)

1 mes, 1 año, 100 años...¿?

Secreto Industrial

- Artículo 223.



“Son delitos:

...IV. Revelar a un tercero un secreto industrial, que se conozca **con motivo de su trabajo, puesto, cargo, desempeño de su profesión, relación de negocios** o en virtud del otorgamiento de una licencia para su uso, sin consentimiento de la persona que guarde el secreto industrial, habiendo sido prevenido de su confidencialidad, con el propósito de obtener un beneficio económico para sí o para el tercero o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto; “

Secreto Industrial

- Artículo 223.
“Son delitos:



... V. Apoderarse de un secreto industrial sin derecho y sin consentimiento de la persona que lo guarde o de su usuario autorizado, para usarlo o revelarlo a un tercero, con el propósito de obtener un beneficio económico para sí o para el tercero o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto industrial o a su usuario autorizado, y”

Secreto Industrial

Artículo 223.

“Son delitos:



“...VI. Usar la información contenida en un secreto industrial, que conozca **por virtud de su trabajo, cargo o puesto, ejercicio de su profesión o relación de negocios**, sin consentimiento de quien lo guarde o de su usuario autorizado, o que le haya sido revelado por un tercero, a sabiendas que éste no contaba para ello con el consentimiento de la persona que guarde el secreto industrial o su usuario autorizado, con el propósito de obtener un beneficio económico o con el fin de causar un perjuicio a la persona que guarde el secreto industrial o su usuario autorizado. “

Secreto Industrial

Artículo 223.

“Los delitos previstos en este artículo se perseguirán por querrela de parte ofendida.”

Secreto Industrial

Art. 224

Se impondrán de dos a seis años de prisión y multa por el importe de cien a diez mil días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal, a quien cometa alguno de los delitos que se señalan en las fracciones I, IV, V o VI del artículo 223 de esta Ley.

Secreto Industrial

Responsabilidad civil
Daños y perjuicios



Secreto Industrial

Artículo 86

La persona física o moral que contrate a un trabajador que esté laborando o haya laborado o a un profesionista, asesor o consultor que preste o haya prestado sus servicios para otra persona, con el fin de obtener secretos industriales de ésta, será responsable del pago de daños y perjuicios que le ocasione a dicha persona. También será responsable del pago de daños y perjuicios la persona física o moral que por cualquier medio ilícito obtenga información que contemple un secreto industrial.

Secreto Industrial

Artículo 226

“Independientemente del ejercicio de la acción penal, el perjudicado por cualquiera de los delitos a que esta Ley se refiere podrá demandar del o de los autores de los mismos, la reparación y el pago de los daños y perjuicios sufridos con motivo de dichos delitos, en los términos previstos en el artículo 221 BIS de esta ley “

Secreto Industrial

Artículo 221 Bis

“La reparación del daño material o la indemnización de daños y perjuicios por la violación de los derechos que confiere esta Ley, en ningún caso será inferior al cuarenta por ciento del precio de venta al público de cada producto o la prestación de servicios que impliquen una violación de alguno o algunos de los derechos de propiedad industrial regulados en esta Ley. “

Secreto Industrial

- Lo que se sanciona es la divulgación o revelación, utilización y aprovechamiento ilegal.
- Si pertenece al Dominio Público, ya nada se puede hacer, en cuanto a ello, no así en cuanto a la responsabilidad que pudiera derivarse.

Secreto Industrial

Riesgo...

Proceso exitoso de ingeniería de reversa

Secreto Industrial

SECRETO INDUSTRIAL

- Protección tiempo Variable.
- Menos onerosa.
- Sin necesidad de trámite alguno.
- Protección extraterritorial.
- Protección variable.
(Ingeniería de reversa)
- Mayor flexibilidad en el objeto de la protección

PATENTE

- Protección 20 años.
- Costosa
- Trámite complejo.
- Protección Nacional.
- Fuerte protección
- Sólo Desarrollos Tecnológicos



- Puntos a considerar para la protección en Materia de Propiedad Intelectual (Aspectos Legales y Estratégicos)

Ciencia y Tecnología

Razones para resguardar la confidencialidad:

I.- Mandato Legal:

A) Ley de ciencia y tecnología Art. 12 Fracción XV

*Las instituciones de investigación, desarrollo tecnológico e innovación que reciban apoyo del Gobierno Federal difundirán a la sociedad sus actividades y los resultados de sus investigaciones y desarrollos, **sin perjuicio** de los derechos de **propiedad intelectual correspondientes** y de la información que, por razón de su naturaleza, deba **reservarse**;*

Puntos a considerar Protección P.I.

- **Ley Federal de Transparencia y Acceso a la Información Pública Gubernamental**

Reserva:

Artículo 14. También se considerará como información reservada:

- I. La que por disposición expresa de una Ley sea considerada confidencial, reservada, comercial reservada o gubernamental confidencial;
- II. Los secretos comercial, industrial, fiscal, bancario, fiduciario u otro considerado como tal por una disposición legal;

Todo es público excepto lo señalado en el 14; sin embargo esto deberá reservarse de lo contrario deberá ser entregado por la Institución por obligación

Puntos a considerar Protección P.I.

Artículo 18. Como información confidencial se considerará:

I. La entrega con tal carácter por los particulares a los sujetos obligados, de conformidad con lo establecido en el Artículo 19, ...

(Debe de cumplir todos los requisitos del 19 , entre los mas importantesdeberán señalar el documento que la contiene *información confidencial, reservada o comercial reservada*, si se tiene derecho a hacerlo de acuerdo a la normatividad aplicable, y medie consentimiento del particular.

Puntos a Considerar Protección. Vía Penal

Revelación de secretos

El **que** sin justa causa, con perjuicio de alguien y sin consentimiento del que pueda resultar perjudicado, **revele algún secreto o comunicación reservada que conoce o ha recibido con motivo de su empleo, cargo o puesto.**

* treinta a doscientas jornadas de trabajo en favor de la comunidad)

Si la revelación punible sea hecha por persona que **presta servicios profesionales o técnicos o por funcionario o empleado público o cuando el secreto revelado o publicado sea de carácter industrial.**

* uno a cinco años, multa de cincuenta a quinientos pesos y suspensión de profesión en su caso, de dos meses a un año)

*Art. 210, 211 y 212 Bis

Puntos a considerar Protección.Laboral

Laboral

Obligaciones de los trabajadores

Son obligaciones de los trabajadores:

- * *Guardar escrupulosamente los secretos técnicos, comerciales y de fabricación de los productos a cuya elaboración concurren **directa o indirectamente**, o de los cuales tengan conocimiento por razón del trabajo que desempeñen, así como de los **asuntos administrativos reservados**, cuya divulgación pueda causar perjuicios a la empresa.*

Art. 134 Fracc XII LFT

DESARROLLO. CONFIDENCIALIDAD

RESPONSABILIDADES ADMON. SERVIDORES PUBLICOS

Art 8.- Todo servidor público tendrá las siguientes obligaciones:

V.- Custodiar y cuidar la documentación e información ***que por razón de su empleo, cargo o comisión, tenga bajo su responsabilidad***, e impedir o evitar su uso, sustracción, destrucción, ocultamiento o inutilización indebidos;

DESARROLLO. CONFIDENCIALIDAD

RESPONSABILIDADES ADMON. SERVIDORES PUBLICOS

Art. 9.- El servidor público que deje de desempeñar su empleo, cargo o comisión deberá observar, hasta un año después de haber concluido sus funciones, lo siguiente:

b) *No usar en provecho propio o de terceros, la información o documentación a la que haya tenido acceso en su empleo, cargo o comisión y que no sea del dominio público*

DESARROLLO. CONFIDENCIALIDAD

Delitos LPI. (Ley especial)

Art. Fracciones IV, V Y VI Art. 223

De dos a seis años de prisión y multa por el importe de cien a diez mil días de salario mínimo general en el D.F.

Adicionalmente, el afectado podrá demandar a autor del mismo, reparación de daños y perjuicios sufridos, de conformidad al 221 bis

DESARROLLO. CONFIDENCIALIDAD

Delitos LPI. (Ley especial)

Art. Fracciones IV, V Y VI Art. 223

- Revelar
- Apoderarse
- Usar

Solicitudes de universidades 2010

Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	42
Universidad Nacional Autónoma de México	29
Universidad Autónoma Metropolitana	13
Universidad Autónoma de Baja California	9
Universidad de Guanajuato	8
Universidad Autónoma de Sinaloa	5
Instituto Politécnico Nacional	5
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	4
Universidad Autónoma de Nuevo León	3
Universidad del Mar	3
Universidad Autónoma de Chiapas	2
Universidad Autónoma de Coahuila	2
Universidad de Guadalajara	1
Universidad Veracruzana	1
Universidad Autónoma Antonio Narro	1
Universidad Autónoma de Puebla	1
Universidad Autónoma de Querétaro	1
Universidad Marista de Mérida A.C.	1
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	1
Instituto Tecnológico Superior de Atlixco	1
Instituto Tecnológico de Nuevo León	1
Universidad Politécnica de Pachuca	1
Universidad del Valle de México	1
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato	1
TOTAL	137

SOLICITUDES de Patentes de Universidades Nacionales en 2008-2010

	2010	2009	2008	Acumulado
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	42	37	31	110
Universidad Nacional Autónoma de México	29	21	17	67
Universidad Autónoma Metropolitana	13	5	10	28
Universidad de Guanajuato	8	10	9	27
Universidad Autónoma de Nuevo León	3	5	12	20
Instituto Politécnico Nacional	5	5	4	14
Universidad Autónoma de Sinaloa	5	3	3	11
Universidad Autónoma de Baja California	9	0	0	9
Universidad Autónoma del Estado de México	0	4	4	8
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	4	1	1	6
Instituto Tecnológico Superior de Atlixco	1	3	0	4
Universidad Autónoma de Chiapas	2	0	2	4
Universidad Autónoma de Yucatán	0	3	0	3
Universidad de Guadalajara	2	1	1	3
Universidad del Mar	3	0	0	3
DGTI	0	1	1	2
Instituto Tecnológico de Lerdo	0	1	1	2
Universidad Autónoma de Coahuila	2	0	0	2
Universidad Autónoma de Tamaulipas	0	2	0	2
Universidad Michoacana de San Nicolas de Hidalgo	0	1	1	2
Universidad Popular Autónoma del Estado de Puebla	1	1	0	2
Universidad Regiomontana A.C.	0	1	1	2
Instituto Tecnológico de Nuevo León	1	0	0	1
Instituto Tecnológico Superior de Irapuato	0	0	1	1
Universidad Autónoma Antonio Narro	1	0	0	1
Universidad Autónoma de Chapingo	0	0	1	1
Universidad Autónoma de Puebla	1	0	0	1
Universidad Autónoma de Querétaro	1	0	0	1
Universidad de Colima	0	0	1	1
Universidad del Valle de México	1	0	0	1
Universidad Marista de Mérida A.C.	1	0	0	1
Universidad Politécnica de Pachuca	1	0	0	1
Universidad Tecnológica del Suroeste de Guanajuato	1	0	0	1
Universidad Veracruzana	1	0	0	1
TOTAL	138	105	100	342

SOLICITUDES de Patente ingresadas por Centros de Investigación Nacionales durante 2010

CENTRO DE INGENIERIA Y DESARROLLO INDUSTRIAL	2
CENTRO DE INNOVACION BIOTECNOLOGICA, A.C.	1
CENTRO DE INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA DE YUCATÁN A.C.*	4
CENTRO DE INVESTIGACIÓN EN ALIMENTACIÓN Y DESARROLLO A.C.	1
CENTRO DE INVESTIGACION EN MATERIALES	1
CENTRO DE INVESTIGACION EN MATERIALES AVANZADOS, S.C.	7
CENTRO DE INVESTIGACION EN QUIMICA APLICADA	11
CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA EN TECNOLOGÍA Y DISEÑO DEL ESTADO DE JALISCO A.C.	5
CENTRO DE INVESTIGACION Y DE ESTUDIOS AVANZADOS DEL I.P.N.	33
CENTRO DE INVESTIGACIONES BIOLÓGICAS DEL NOROESTE, S.C.	1
CENTRO NACIONAL DE METROLOGIA	1
CIATEC, A.C.	5
CIATEQ, A.C.	4
CID CENTRO DE INVESTIGACIÓN Y DESARROLLO TECNOLÓGICO, S.A. DE C.V.	1
CORPORACION MEXICANA DE INVESTIGACION EN MATERIALES, S. A. DE C. V.	3
INSTITUTO DE INVESTIGACIONES ELECTRICAS	6
INSTITUTO MEXICANO DEL PETRÓLEO	11
INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL	2
INSTITUTO NACIONAL DE INVESTIGACIONES NUCLEARES	4
INSTITUTO POTOSINO DE INVESTIGACION CIENTIFICA Y TECNOLOGICA, A.C.	1
INVESTIGACION APLICADA, S.A. DE C.V.	1
INVESTIGACION DE TECNOLOGIA AVANZADA, S.A. DE C.V.	1
TOTAL	106

SOLICITUDES Nacionales por tipo de solicitante 2010

TIPO DE SOLICITANTE	PATENTES	DISEÑOS INDUSTRIALES	MODELOS DE UTILIDAD
Centro de investigación	106	8	11
Empresa	239	686	102
Institución gubernamental	3	3	0
Inventor independiente	466	993	404
Universidad	137	1	16
TOTAL	951	1,691	530

Más 1 esquema de trazado de C.I.

Importancia de las patentes para una Institución el Estado y País

- Es un indicador de competitividad
- Es Factor de Desarrollo Económico
- Permite la Vinculación entra la Investigación y la Sociedad
- Facilita la investigación
- Genera Recursos Económicos para la Empresa, Universidad, Centro Universitario ó Instituto de Investigación y el Investigador.

Universidad	Regalías (millones de dólares)
U. de California	45.44
U. de Stanford	31.20
U. de Columbia	21.09
U. de Wisconsin	15.89
U. de Washington	14.76
U. Estatal de Michigan	14.15
U. Estatal de Iowa	11.60
Instituto Tec. de Massachusetts (MIT)	5.81
U. de Florida	5.67
U. de Harvard	5.43

Casos de éxito en PI

La Universidad de Florida y *Gatorade*.

- *Gatorade*, la bebida rehidratante para el ejercicio que desde 2001 vende más de **2 mil 200 millones de dólares anuales**, fue desarrollada por investigadores de la Universidad de Florida.
- Tanto la institución educativa como los inventores originales - conocidos como *The Gatorade Trust* - reciben regalías comerciales. Desde 1973, la Universidad de Florida recibe más de **93 millones de dólares** por los derechos (regalías) de *Gatorade*.

Casos de éxito en PI

La Universidad Técnica de Dresde.

- La Universidad Técnica de Dresde (en alemán *Technische Universität Dresden*, TU Dresden o TUD) complementa, para empresas importantes, centros de investigación, investigación aplicada y cierra como universidad técnica el agujero de la investigación de base.

Casos de Investigación exitosa

La UNAM / COMEX

- El Departamento de Física Aplicada y Tecnología Avanzada (FATA) de la UNAM creó una pintura anti-graffiti llamada Deletum 3000. Recubrimientos Industriales del Bajío S.A. de C.V. (RI-Bajío), empresa colaboradora en este proyecto, se encargó de comercializar el invento y de entregar las regalías correspondientes a la Universidad.
- A principios de 2004, RI-Bajío vende a Comex la tecnología antigraffiti Deletum 3000, bajo licencia de la UNAM.
- Actualmente, la pintura antigraffiti desarrollada por la UNAM es un producto altamente vendido por la empresa Comex.

- BUFFERIN
- CREST
- GATORADE
- TAXOL
- CEREAL DE ARROZ (PABLUM)
- COCKTAIL COLECTION CORBATAS (únicamente derechos de autor)

CONCLUSIONES

- Sin duda los Derechos de Propiedad Intelectual son un factor clave e indispensable en el motor de la economía y crecimiento del país así como un indicador de competitividad hacia el exterior.
- Sin duda los intereses privados no pueden estar por encima de los públicos , entonces hay que conocer muy bien las figuras jurídicas para asegurarnos no afectar los derechos que por su naturaleza deban reservarse.

IMPI/OFICINA REGIONAL OCCIDENTE

Boulevard Puerta de Hierro 5200 Local 1 PB.
PB, Fraccionamiento Puerta de Hierro. Zapopan, Jalisco.
C.P. 45110
Tels: 36 42 48 25 y 36 11 01 80.
Fax: 36 42 48 24.

¡MUCHAS GRACIAS POR SU
ATENCIÓN!

Instituto
Mexicano
de la Propiedad
Industrial



LIC. LARISA CRUZ ORNELAS

LCRUZ@IMPI.GOB.MX