



**UNIVERSIDAD LA SALLISTA BENAVENTE**

**FACULTAD DE DERECHO**

Con estudios incorporados a la  
Universidad Nacional Autónoma de México  
CLAVE: 879309

---

---

**LA REGLAMENTACIÓN DE LA COMPETENCIA DESLEAL  
EN LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

**TESIS**

Que para obtener el título de  
**LICENCIADA EN DERECHO**

Presenta:

**MARIBEL DÍAZ RODRÍGUEZ**

Asesor: Lic. Héctor Gustavo Ramírez Valdéz

Celaya, Gto.

Abril 2010



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Son muchas las personas especiales a las que me gustaría agradecer su amistad, apoyo, ánimo y compañía en las diferentes etapas de mi vida; algunas están aquí conmigo y otras en mis recuerdos y en el corazón. Sin importar en donde estén o si alguna vez llegan a leer estas dedicatorias quiero darles las gracias por formar parte de mi vida, por todo lo que han brindado y por todas sus bendiciones.

Primero quiero agradecer a Dios por darme la vida, mi familia y a mi gran amor: ANA VICTORIA: mi hija.

Mamá, eres la mejor mamá del mundo, gracias por todo el esfuerzo, tu apoyo y por la confianza que depositantes en mi, y porque siempre que te he necesitado haz estado a mi lado.

Papá, este en logro que quiero compartir contigo, gracias por ser mi papá.

**MARIBEL**

## ÍNDICE

### INTRODUCCIÓN.

### CAPÍTULO PRIMERO EL COMERCIANTE

1.1.	Concepto de Comerciante.....	1
1.2.	Requisitos legales para ser comerciante.....	3
1.2.1.	Capacidad.....	6
1.2.2.	Ejercicio del comerciante.....	8
1.2.3.	Ocupación ordinaria.....	9
1.3.	Incapaces comerciantes.....	14
1.4.	Mujer casada comerciante.....	17
1.5.	Prohibiciones.....	19
1.6.	Los comerciantes individuales extranjeros.....	21

### CAPÍTULO SEGUNDO LA EMPRESA

2.1.	Concepto de empresa.....	23
2.2.	Elementos de la empresa.....	29
2.2.1.	El empresario.....	30
2.2.2.	La Hacienda y Patrimonio de la empresa.....	32
2.2.3.	El trabajo.....	33
2.3.	El establecimiento.....	40
2.4.	El derecho de arrendamiento.....	42
2.5.	Los avisos comerciales.....	43
2.6.	Los certificados de invención.....	45

2.7.	Los derechos de autor.....	46
2.8.	El aviamiento.....	49

### **CAPÍTULO TERCERO**

#### **ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES DE LA EMPRESA.**

3.1.	Administración de los recursos técnicos.....	54
3.1.1.	De la tecnología.....	54
3.1.2.	De las invenciones y patentes.....	55
3.1.3.	Del nombre comercial.....	65
3.1.4.	De las franquicias.....	70
3.1.5.	De las marcas .....	82

### **CAPÍTULO CUARTO**

#### **NORMATIVIDAD PROTECTORA DE LAS EMPRESAS**

4.1.	La empresa en diversas legislaciones.....	89
4.1.1.	Ámbito Civil.....	89
4.1.2.	Ámbito Mercantil.....	90
4.1.3.	Ámbito Laboral.....	95
4.1.4.	Ámbito Fiscal.....	96
4.1.5.	Ámbito Constitucional.....	98

4.2.	Normas protectoras frente a la competencia desleal.....	100
4.2.1.	La publicidad como instrumento de competencia desleal.....	106
4.2.2.	Competencia prohibida.....	107
4.2.3.	Prohibiciones legales de competir.....	109
4.3.	Normas protectoras a la Propiedad Industrial.....	110
4.3.1.	Invenciones.....	117
4.3.2.	Patentes.....	117
4.3.2.1.	Tipos de Patentes.....	119
4.3.2.2.	Vigencia de las Patentes.....	120
4.3.2.3.	Trámite de solicitud de una Patente.....	120
4.3.2.4.	Protección Jurídica.....	122
4.3.2.5.	La Ley de la Propiedad Industrial en lo referente a registro de Patentes.....	123
4.3.3.	Modelos de utilidad.....	132
4.3.3.1.	Vigencia de los modelos de utilidad.....	132
4.3.3.2.	Trámite de solicitud de registro.....	133
4.3.4.	Diseños industriales.....	134
4.3.4.1.	Vigencias del diseño industrial.....	135
4.3.4.2.	Protección jurídica.....	135
4.3.4.3.	Trámite.....	136
4.3.4.4.	La Ley de la Propiedad Industrial referente al registro de diseños industriales.....	137
4.3.5.	Secretos Industriales.....	139
4.3.6.	Marcas.....	139
4.3.6.1.	Tipos de marcas.....	140
4.3.6.2.	Otras figuras de protección.....	141
4.3.6.3.	Aspectos generales del registro de marcas.....	142
4.3.6.4.	Palabras o figuras que no pueden registrarse.....	143
4.3.6.5.	La clase.....	146
4.3.6.6.	Requisitos para el registro de marcas.....	147
4.3.6.7.	Restricciones.....	148
4.3.6.8.	Vigencias de los registros de marca.....	149
4.3.6.9.	Validez del registro.....	150

4.3.4.	Avisos comerciales.....	152
4.3.4.1.	Requisitos para solicitar el registro de un aviso comercial.....	152
4.3.5.	Nombres comerciales.....	152
4.3.5.1.	Requisitos para solicitar la publicación de un nombre comercial.....	153
4.3.5.2.	Trámite de registro.....	154
4.3.6.	Denominación de origen.....	158
4.3.6.1.	Requisitos para obtener la denominación de origen.....	159
4.3.6.2.	Curso de la solicitud.....	160
4.3.6.3.	Vigencia.....	163
4.3.6.4.	Transmisión de la denominación de origen.....	164
4.3.6.5.	Nulidad de la denominación de origen.....	164
4.4.	Ley Federal de competencia económica.....	165
4.5.	Comisión Federal de Competencia.....	167
4.6.	Propuesta de regulación.....	168

## **CONCLUSIONES.**

## **BIBLIOGRAFÍA.**

## INTRODUCCIÓN

El sistema capitalista tiene como principio la libertad económica y por ello crea muchas leyes para lograrla, pero con el correr del tiempo se vio también la necesidad de imponer limitaciones a la actividad mercantil para proteger los legítimos derechos del comerciante contra prácticas repudiables como la falsificación, la divulgación de información para desprestigiar la competencia, etc.

La competencia es el modo natural de manifestarse la libertad económica y la iniciativa del empresario y, en consecuencia, es la base del sistema capitalista. Libertad y competencia se han hecho términos sinónimos. El hombre moderno tiene arraigada en su mente la idea de competencia y la considera un bien adquirido que debe protegerse, por un lado, contra los procedimientos de competencia desleal, y de otro, contra los monopolios y los actos restrictivos de la competencia libre.

Competencia, en general, significa coincidencia o concurrencia en el deseo de conseguir la misma cosa: el uno aspira alcanzar lo mismo que aquel otro y viceversa. Cuando el objetivo que se persigue es económico, estamos dentro de la competencia mercantil, la cual puede definirse como la actuación independiente de varias empresas para conseguir cada una de ellas en el mercado, el mayor número de contratos con la misma clientela, ofreciendo los precios, las calidades o las condiciones contractuales más



favorables. La base de la libertad es la libertad de actuación económica. Los empresarios han de decidir libremente respecto del precio, calidad y condiciones de los productos que ofrecen. Del mismo modo los adquirientes han de tener la libertad de elección respecto a cada uno de los elementos, no cabe competencia libre en el sentido de competencia ilimitada o anárquica, sin más norma que la voluntad de omnímoda de los competidores porque la competencia es un fenómeno jurídico aunque los móviles sean económicos.

El ordenamiento jurídico establece normas relativas a la competencia en un doble sentido. Por una parte, las normas sobre restricciones de la competencia que presuponen la falta de libre competencia y tratan de restaurarla, eliminando obstáculos que las perturban. Por otra parte, las normas sobre competencia ilícita, que presuponen, por el contrario que la libre competencia existe y tratan de encauzarla por la ética y el derecho. En un caso se quiere asegurar el respeto a la competencia misma. En el otro se quiere asegurar la corrección en el ejercicio de la competencia.

La competencia desleal también puede llamarse en algunos casos competencia prohibida. Si a ésta le afecta cualquier acontecimiento legal o contractual la competencia será ilícita y las consecuencias de la infracción se desenvolverán en el cauce previsto por la ley ya sea por prohibición de competir o por indemnización por daños y perjuicios ajenos al cumplimiento de algún contrato. Cuando se habla de competencia desleal no se refiere a la resultante de la infracción de una cláusula legal o contractual que limite la

concurrancia sino al caso de competencia entre dos empresas que no los tienen.

Se entiende por competencia ilícita toda tentativa de aprovecharse indebidamente de las ventajas de una reputación industrial o comercial adquirida por el esfuerzo de otro que tenga su propiedad al amparo de las leyes existentes.

La limitación de la ley se limita entonces a los titulares de las empresas que hayan inscrito los derechos conexos a la explotación (nombre, marca, patente, etc.) en el registro de comercio. Esta limitación es arbitraria, por lo mismo que la exigencia de lealtad en la competencia debe valer tanto para los comerciantes que inscribieron o no sus derechos de propiedad. El sistema legal equivale a una invitación a la competencia desleal contra los comerciantes que no inscribieron su derecho en el registro de comercio.

## **CAPÍTULO PRIMERO**

### **EL COMERCIANTE**

En este primer capítulo se desarrollaran los conceptos que son de importancia para el estudio del comerciante, así como el de actos comerciales.

#### **1.1 CONCEPTO DE COMERCIANTE.**

El Diccionario de la lengua Española, nos da la descripción gramatical de lo que es comerciante, por lo cual, lo describe como el individuo o sociedad cuya actividad legalmente reconocida es la comercial.

“Las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo, hagan alguna operación de comercio, aunque no son en derecho comerciantes, quedan, sin embargo, sujetas por ella a las leyes mercantiles...”<sup>1</sup>

Comerciante son las personas que accidentalmente realizan alguna operación de comercio, aunque no tenga establecimiento fijo y, por lo tanto, se encuentran sujetas a la legislación mercantil.

---

<sup>1</sup> CODIGO DE COMERCIO, 1998, ARTÍCULO 4°.

“Pina Vara establece que en el lenguaje común y corriente se conoce como comerciantes a las personas que negocian comprando y vendiendo o intercambiando mercancías, es decir, aquellas personas que realizan operaciones de compraventa o de permuta, con en propósito de lucro”.

El Código de Comercio en su “artículo 3° nos da el concepto jurídico de lo que es el comerciante, el cual establece que se reputan como comerciantes:

I.- Las personas que teniendo la capacidad legal para ejercer el comercio, hacen de él su ocupación ordinaria;

II.- Las sociedades constituidas con arreglo a las leyes mercantiles;

III.- Las sociedades extranjeras ó las agencias y sucursales de éstas, que dentro del territorio nacional ejerzan actos de comercio. “

Analizando el artículo antes mencionado nos damos cuenta que cuando se hable de personas físicas, lo que se conoce habitualmente como comerciante individual, esto requiere que ejerzan el comercio en forma habitual para atribuirle el carácter de comerciante. Tratándose de las sociedades mercantiles mexicanas las califica como comerciantes en todo caso, aunque no ejerzan el comercio habitualmente ni realicen actos de comercio. Por lo contrario,

las sociedades extranjeras exige la realización de actos de comercio dentro del territorio nacional.

El mismo Código de Comercio en su "artículo 4, nos menciona que las personas que accidentalmente, con o sin establecimiento fijo, que lleven acabo alguna operación de comercio, aún no siendo de derecho mercantil, quedan sujetas a las leyes mercantiles. Por lo tanto los labradores y fabricantes, y en general todos los que tienen planteados almacén o tienda en alguna población para el expendio de los frutos de su finca, o de los productos ya elaborados de su industria o trabajo, serán considerados comerciantes en cuanto concierne a sus almacenes o tiendas. "

## **1.2. REQUISITOS LEGALES PARA SER COMERCIANTE.**

El artículo 3° del Código de Comercio en su fracción I, nos dice que son comerciantes las personas físicas que tengan capacidad legal para ejercer el comercio.

Los elementos necesarios para ser comerciante son:

- a) La capacidad; b) Ejercicio del comercio; c) Ocupación ordinaria.

Por lo cual, los siguientes puntos se estudiarán de manera más específica, más adelante.

Dentro de este punto es importante determinar las obligaciones de los comerciantes, por lo cual el artículo 16 del Código de Comercio a la letra nos dice:

Todos los comerciantes, por el hecho de serlo, están obligados:

I.- A la publicación, por medio de la prensa, de la calidad mercantil con sus circunstancias esenciales y, en su oportunidad, de las modificaciones que se adopten;

II.- A la inscripción en el Registro Público de Comercio de los documentos cuyo tenor y autenticidad deben hacerse notorios;

III.- A mantener un sistema de contabilidad conforme al artículo 33;

IV.- A la conservación de la correspondencia que tenga relación con el giro del comerciante.

Del anuncio de la calidad mercantil, el Código de Comercio establece que los comerciantes tienen el deber de comunicar, por medio de circulares

dirigidas a los demás comerciantes las plazas en que radican los negocios, dando así a conocer el nombre del establecimiento o despacho; su ubicación y su objeto.

Lo anterior en la práctica es totalmente desusada, ya que esta omisión no establece sanción o castigo alguno al comerciante que no cumpla con esta disposición.

Mantilla Molina, nos dice “la inscripción en el registro no es obligatoria para los comerciantes individuales, pero si para las sociedades, aquellos han de inscribir determinados documentos referentes a su capacidad y a sus relaciones familiares, así como los que confieren o revocan la representación”.

2

La Ley mercantil determina la obligación del anuncio de la calidad mercantil en el artículo 17 del Código de Comercio, en el cual determina que los comerciantes tienen el deber de:

I.- De participar en la apertura del establecimiento o despacho de su propiedad, por los medios de comunicación que sean idóneos, en las plaza que tengan domicilio, sucursales, relaciones ó corresponsales mercantiles; esta información dará conocer el nombre del establecimiento ó despacho, su ubicación y objeto; si hay persona encargada de su administración, su nombre y firma, si hay

---

<sup>2</sup> MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. “PANORAMA DEL DERECHO MEXICANO, SINTESIS DEL DERECHO MERCANTIL.” UNIVERSIDAD AUTONOMA DE MEXICO, México, D.F. 1996, p.75.

compañía, su naturaleza, la indicación de gerente ó gerentes, la razón social ó denominación y la persona ó personas autorizadas para usar una u otra, y la designación de las casas, sucursales ó agencias si las hubiere;

II.- De dar parte en igual forma, de las modificaciones que sufra cualquiera de las circunstancias antes referidas;

III.- Derogada.

En los artículos 33 al 46 del Código en cita nos describe la obligación de llevar la contabilidad mercantil la cual menciona que debe ser de manera adecuada, que permita identificar las operaciones que realice, que contenga estados financieros que determine el estado económico del comerciante.

### **1.1.2. CAPACIDAD.**

El artículo 5° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, establece que a ninguna persona podrá impedirse que se dedique a la profesión, industria, comercio o trabajo que le acomode, siendo lícitos. Por lo cual, cualquier persona, excepto cuando la ley lo prohíba expresamente, la capacidad a la que se refiere la fracción I del artículo 3° del Código de Comercio, es la capacidad de ejercicio, para así poder actuar como comerciante.



El artículo 5° del Código de Comercio establece, que toda persona que según las leyes comunes, es hábil para contratar y obligarse, y a quien las mismas leyes no prohíben expresamente la profesión del comercio, tiene capacidad legal para ejercerlo.

De lo anterior se deduce, que los menores y otros sujetos incapaces podrán ser comerciantes, pero no ejercer el comercio; como lo es un menor que hereda un negocio.

“Toda persona que tiene capacidad de ejercicio de derecho civil la tiene también para realizar por sí misma actos de comercio. Sin embargo, algunos de estos actos no pueden celebrarse válidamente sino por personas que reúnan determinados requisitos; solo las sociedades anónimas pueden emitir títulos-valor llamados obligaciones.”<sup>3</sup>

Las personas que tienen capacidad para ser comerciantes, la tienen, como regla general, cualquier persona, sin que a ella obsten las incompatibilidades y prohibiciones que la ley establece tomando en consideración la persona misma del presunto comerciante, ni las restricciones que las leyes especiales imponen para determinados ramos de la actividad mercantil, como lo son la banca, explotación de sustancias del subsuelo, explotaciones forestales, fianzas de empresa, industria eléctrica, pesquería, seguros, transportes.

---

<sup>3</sup> MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. “*DERECHO MERCANTIL*.” Ed. Porrúa. México. 1998, p.85.

### **1.2.2. EJERCICIO DEL COMERCIO.**

El artículo 3° del Código de Comercio en su fracción I, señala la calidad de comerciante.

El ejercicio del comercio implica la realización de actos que sean considerados de comercio, aunque su realización no siempre otorga la calidad de comerciante.

Los actos de comercio cuya práctica como ocupación ordinaria hacen adquirir a un individuo el carácter de comerciante.

Como podemos observar los artículos 3° y 5° del Código de Comercio, establecen los requisitos para ser considerado legalmente comerciante, que es la capacidad legal y el ejercicio del comercio.

No todos los actos de comercio son idóneos para otorgar el concepto de comerciante, ya que una persona puede realizar el comercio de manera frecuente, librar cheques para el pago de sus deudas, y esto no implica la realización de un acto de comercio, por ese simple hecho no adquiere el título de comerciante, porque por ese simple hecho no se puede afirmar que ejerza el comercio.

Se sabe que si las personas tienen capacidad de ejercicio de derecho civil también para realizar actos de comercio, sin desconocer que algunos de estos actos sólo pueden llevarse a cabo por personas que reúnan determinados requisitos.

Por ejemplo, el carácter de aseguradora solamente puede asumirse por una empresa aseguradora autorizada por el Estado, y en el caso de que no existiera disposición legal expresa en contrario, los actos de comercio pueden llevarse a cabo por cualquier persona física que se encuentre capacitada civilmente.

Lo anterior no significa que los incapaces o personas morales no puedan realizar actos de comercio, lo que tendrán que hacer estas personas es que podrán realizar sus actos de comercio por medio de sus representantes.

### **1.2.3. OCUPACIÓN ORDINARIA.**

Históricamente la necesidad de determinar un concepto del acto de comercio se originó cuando el auge de las transacciones y el intercambio suscitó dificultades de salvar lo difícil que resultaba de tratar a personas no comerciantes conforme a los estatutos o reglas del Derecho Mercantil que era, entonces, el Derecho propio de los comerciantes.

Al principio, todos los actos de comercio realizados por los comerciantes, eran actos de comercio sujetos a una jurisdicción (competencia o facultad de la autoridad, para decidir sobre derechos controvertidos) o tribunal especial.

Pero desde la Edad Media la doctrina se encontró con una categoría especial de actos que caían dentro del ámbito de la aplicación de las reglas de Derecho Mercantil, con abstracción de las personas que lo realizaban, ya fuesen comerciantes o no, y entonces se originó la necesidad de considerar una categoría de actos con la virtud de atraer a la jurisdicción mercantil a personas no comerciantes que los ejecutaban, es decir, nació la objetividad de los actos mercantiles (en oposición de la vieja idea: subjetividad, que consiste en tener en cuenta sólo el carácter de quien los realizaba, para darles el atributo de actos mercantiles a los realizados por los comerciantes) y con ello, la base de la transformación actual del Derecho Mercantil, no ya como un conjunto de normas o reglas de conducta obligatoria aplicable sólo a una clase o categoría de personas, los comerciantes, sino aplicables a una materia u objeto específico que es lo que llamamos el acto de comercio.

No es suficiente realizar actos asignados para ser comerciante, para esto es necesario efectuarlos habitualmente, como una ocupación ordinaria.

La ocupación ordinaria debe entenderse cuando el ejercicio del comercio se hace profesionalmente, esto es, que sea con la intención de actuar de

manera profesional como comerciante. No es necesario que lleve a cabo por completo la realización de la actividad del individuo o que destine al comercio todo su patrimonio. No se exige para obtener la calidad de comerciante, que la ocupación en el comercio sea la principal, basta con que exista la frecuencia de actos mercantiles aptos para otorgar profesionalmente la calidad de comerciante.

Para que una persona sea considerada como comerciante, es necesario que haga del ejercicio del comercio su ocupación ordinaria, es decir que para que alguien pueda ser considerado como comerciante es obligatorio que ejerza el comercio no en forma ocasional o accidental, sino de manera habitual, frecuentemente, haciendo de esa actividad el verdadero ejercicio de una profesión.

“El artículo 75 del Código de Comercio a la letra dice:

La Ley reputa actos de comercio:

- I. Todas las adquisiciones, enajenaciones y alquileres verificados con propósito de especulación comercial, de mantenimientos, artículos, muebles o mercaderías, sea en estado natural, sea después de trabajados o labrados;
- II. Las compras y ventas de bienes inmuebles, cuando se hagan con dicho propósito de especulación comercial;

- III. Las compras y ventas de porciones, acciones y obligaciones de las sociedades mercantiles;
- IV. Los contratos relativos a obligaciones del Estado u otros títulos de crédito corrientes en el comercio;
- V. Las empresas de abastecimiento y suministros;
- VI. Las empresas de construcciones, y trabajos públicos y privados;
- VII. Las empresas de fábricas y manufacturas;
- VIII. Las empresas de transportes de personas o cosas, por tierra o por agua, y las empresas de turismo;
- IX. Las librerías, y las empresas editoriales y tipográficas;
- X. Las empresas de comisiones, de agencias, de oficinas de negocios comerciales, casas de empeño y establecimientos de ventas en pública almoneda;
- XI. Las empresas de espectáculos públicos;
- XII. Las operaciones de comisión mercantil;

- XIII. Las operaciones de mediación en negocios mercantiles;
  
- XIV. Las operaciones de bancos;
  
- XV. Todos los contratos relativos al comercio marítimo y a la navegación interior y exterior;
  
- XVI. Los contratos de seguros de toda especie;
  
- XVII. Los depósitos por causa de comercio;
  
- XVIII. Los depósitos en los almacenes generales y todas las operaciones hechas sobre los certificados de depósito y bonos de prenda librados por los mismos;
  
- XIX. Los cheques, letras de cambio o remesas de dinero de una plaza a otra, entre toda clase de personas;
  
- XX. Los vales u otros títulos a la orden o al portador, y las obligaciones de los comerciantes, a no ser que se pruebe que se derivan de una causa extraña al comercio;
  
- XXI. Las obligaciones entre comerciantes y banqueros, si no son de naturaleza esencialmente civil;

- XXII. Los contratos y obligaciones de los empleados de los comerciantes en lo que concierne al comercio del negociante que los tiene a su servicio;
- XXIII. La enajenación que el propietario o el cultivador hagan de los productos de su finca ó de su cultivo;
- XXIV. Las operaciones contenidas en la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito;
- XXV. Cualesquiera otros actos de naturaleza análoga a los expresados en este Código.

En caso de duda, la naturaleza comercial del acto será fijada por arbitrio judicial.”

El artículo citado con anterioridad nos menciona todos los actos que son considerados dentro del Código de Comercio como actos de comercio, que son de ocupación ordinaria.

### **1.3 INCAPACES COMERCIANTES.**

Efraín Moto Salazar nos dice que “la capacidad de actuar es la aptitud del individuo para realizar actos jurídicos, ejercer derechos y contraer



obligaciones, por lo cual no todas las personas la poseen, ya que deben tener pleno conocimiento y libertad para actuar.”<sup>4</sup>

Por lo tanto existen circunstancias que limitan o destruyen la capacidad para poder actuar dentro de los actos de comercio como lo son los menores de edad no emancipados y los mayores de edad declarados en estado de interdicción, estos no pueden por si mismos ejercitar sus derechos o contraer obligaciones.

El artículo 5° del Código de Comercio nos establece que aquellas personas que pueden, conforme al Derecho común, contratar y obligarse, por lo tanto ejercerlo, y que las leyes no le prohíban la realización del mismo. Por lo cual se establece que comerciante puede ser cualquier persona que sea capaz de ejercerlo, siempre y cuando se lo permita la ley.

“Hay circunstancias que limitan o aniquilan la capacidad de actuar. Cuando una persona se encuentra colocada dentro de tales circunstancias, se dice que es incapaz; es decir, que no puede actuar en Derecho. La incapacidad es, por tanto el estado especial en que se halla la persona que queda privada del ejercicio de su capacidad de actuar”.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> EFRAIN MOTO SALAZAR. “*ELEMENTOS DE DERECHO.*” Ed. Porrúa, México. 1994. p. 139.

<sup>5</sup> EFRAIN MOTO SALAZAR. op. Cit. p. 140.

Como nos podemos dar cuenta los incapacitados son aquellos que no pueden actuar por si mismos, como lo son los menores de edad no emancipados, los sordomudos que no saben leer ni escribir, los ebrios consuetudinarios y a los que hacen uso de drogas enervantes, estos no podrán realizar actos jurídicos considerados validos, por lo cual no pueden realizar actos de comercio por si solos.

Existe una excepción por lo cual los incapacitados pueden realizar actos de comercio, y esto solo se puede llevar acabo por medio de sus representantes legales.

“Sin embargo, los incapacitados serán comerciantes si, por medio de sus representantes legales, explotan una negociación mercantil. Surge así el problema consistente en determinar en qué casos están facultados los representantes legales de un incapaz para explotar una negociación mercantil; problema cuya resolución encuentra base en el artículo 556 del Código Civil Federal, que a la letra dice: “ Si el padre o la madre del menor ejercían algún comercio o industria, el juez, con informe de dos peritos decidirá si ha de continuar o no la negociación; a no ser que los padres hubieren dispuesto algo sobre este punto, en cuyo caso se respetará su voluntad, en cuanto no ofrezca grave inconveniente a juicio del juez”.<sup>6</sup>

---

<sup>6</sup> MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. op. Cit. p.88.

El citado artículo no se refiere únicamente a los menores, sino hace referencia en general a cualquier incapacitado a quien sus padres les dejen como herencia un negocio mercantil, podrá con los requisitos del artículo 556 del citado código, quedar dentro del patrimonio del incapacitado.

De conformidad con la Ley Mercantil, aun cuando tienen capacidad, no pueden ejercer el comercio los corredores, los comerciantes quebrados que no hayan sido rehabilitados y los sujetos que hayan sido condenados por delitos contra la propiedad, así como lo dispone el artículo 12 del Código de Comercio.

#### **1.4 MUJER CASADA COMERCIANTE.**

“Mantilla Molina, en su libro de Derecho Mercantil nos dice que: el primitivo texto de los artículo 8° a 11 del Código de Comercio establecía restricciones a la capacidad de la mujer casada para ser comerciante. La discrepancia de los preceptos del Código de Comercio con los de la Ley sobre Relaciones Familiares, primero, y con los del Código Civil después, planteaba diversos problemas que la doctrina, aun cuando con diversa fundamentación, resolvía de modo unánime, en el sentido de considerar aplicables las normas del Código Civil.”

“Por decreto publicado en el Diario Oficial de 6 de enero de 1954, se denegaron los artículos 8º, 10 y 11 del Código de Comercio, con el indudable propósito de que, este ordenamiento siguiera el ejemplo, dado en reforma constitucional realizada poco antes (13 de octubre de 1953; D. O., 17 del mismo mes), al declarar explícitamente la ciudadanía de la mujer, de equiparar jurídicamente a ésta con el hombre”.<sup>7</sup>

La mujer casada, en lo referente al ejercicio del comercio, se encuentra en la misma situación jurídica que el hombre. Esto es que la mujer casada puede ejercer el comercio (esto es ser comerciante), sin necesidad de autorización de su marido.

El artículo 1º del Código Civil para el Estado de Guanajuato proclama que la capacidad jurídica es igual para todos, sin distinción de sexos.

Ahora bien, el artículo 9 del Código de Comercio establece que lo siguiente:

Tanto el hombre como la mujer casados comerciantes, pueden hipotecar sus bienes raíces para seguridad de sus obligaciones mercantiles y comparecer en juicio sin necesidad de licencia del otro cónyuge, cuando el matrimonio se rija por el régimen de separación bienes.

---

<sup>7</sup> MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. op. Cit. p. 91.

En el régimen social conyugal, ni el hombre ni la mujer comerciantes, podrán hipotecar ni gravar los bienes de la sociedad, ni los suyos propios cuyos frutos o productos correspondan a la sociedad, sin licencia del otro cónyuge.”

Esto es que pueden hipotecar sus bienes raíces para seguridad de sus obligaciones mercantiles y comparecer en juicio sin necesidad de licencia del otro cónyuge, esto es cuando el matrimonio esta regido por el régimen de separación de bienes, esto se puede interpretar como que la facultad para hipotecar dichos bienes solo la tiene el cónyuge comerciante, por otra parte en lo referente al segundo párrafo este nos habla de lo que es la sociedad conyugal, donde ni el hombre ni la mujer podrán hipotecar los bienes de dicha sociedad, ni los suyos propios cuyos frutos o productos correspondan a la sociedad, por lo cual no pueden actuar sin la licencia del otro cónyuge.

### **1.5 PROHIBICIONES.**

Del artículo 5° del Código de Comercio, se desprende que no podrán ejercer el comercio aquellos a quienes las leyes prohíban expresamente dicha ocupación.

En términos del artículo 12 del Código de Comercio, no pueden ejercer el comercio:

- I. Los corredores;
- II. Los quebrados que no hayan sido rehabilitados;
- III. Los que por sentencia ejecutoriada hayan sido condenados por delitos contra la propiedad, incluyendo en éstos la falsedad, el peculado, el cohecho y la concusión.

La limitación a que se refiere la fracción anterior, comenzará a surtir sus efectos a partir de que cause ejecutoria la sentencia respectiva y durará hasta que se cumpla con la condena.”

En lo referente a los corredores de los cuales se hace mención en la primera fracción del precepto legal recién transcrito, se refiere a los que violen esa prohibición serán sancionados en grados que van de la amonestación escrita a la cancelación definitiva de su habilitación, amonestación escrita a la cancelación definitiva de su habilitación.

Los actos de comercio ejecutados por el corredor, por el quebrado o por el condenado, serán válidos en sí mismos, en cuanto actos aislados, puesto que la prohibición legal no los comprende, por lo que esas personas no serán comerciantes aunque de hecho se entregasen habitualmente a la práctica de actos mercantiles.

Como se desprende del artículo 5° del Código de Comercio “Toda persona, que según las leyes comunes, es hábil para contratar y obligarse, y a quien las mismas leyes no prohíben expresamente la profesión del comercio, tiene capacidad legal para ejercerlo.”

Por tanto, en la especie no se prohíbe ni podía prohibirse el acto mercantil en sí, sino el conjunto de actos en cuanto ejecutados por ciertas personas, a título de profesión y para el efecto de adquirir el carácter de comerciante; por lo que el corredor que adquiriese para sí los efectos de cuya negociación estuviere encargado, violando la prohibición consignada en el artículo segundo transitorio de la Ley Federal de Correduría Pública, realizaría un acto válido, ya que ninguna ley prohíbe celebrar el contrato de compraventa.

## **1.6 LOS COMERCIANTES INDIVIDUALES EXTRANJEROS.**

El artículo 33 de nuestra Constitución, establece que los extranjeros tienen derecho a las garantías que otorga dicha Constitución, por lo tanto, de acuerdo con el artículo 5° del mismo ordenamiento, podrán dedicarse a la profesión, industria o trabajo que le acomode, siempre y cuando sean lícitos.

Del artículo 13 de Código de Comercio nos dice:

Los extranjeros serán libres para ejercer el comercio, según lo que se hubiere convenido en los tratados con sus respectivas naciones, y lo que dispusieren las leyes que arreglen los derechos y obligaciones de los extranjeros.

Dicho artículo dispone que los extranjeros serán libres para ejercer el comercio, libertad que le limita, al momento de mencionar que se llevara acabo de acuerdo con lo convenido en los tratados internaciones y lo dispuesto en las leyes que determinen tanto sus derechos como obligaciones que le corresponden a los extranjeros (Ley general de Población y su reglamento).

“La Ley General de Población (Diario Oficial de 7 de enero de 1974), en su artículo 48 señala diversas características, o clases, de inmigrantes y entre ellas la fracción II establece la de inversionista, que es aquel que se interna legalmente en el país, con el propósito de radicar en él (artículo 44), “para invertir su capital en la industria, de conformidad con las leyes nacionales, y siempre que la inversión contribuya al desarrollo económico y social del país.”<sup>8</sup>

Toda actividad económica que realice el extranjero es considerado como inversión.

Por lo cual el inmigrante con residencia legal dentro del país durante cinco años, que adquiera la calidad migratoria por la Secretaria de Gobernación, podrá dedicarse a cualquier actividad, siempre y cuando sea lícita, siempre y

---

<sup>8</sup> MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. op. Cit. p. 93.



cuando con las limitaciones que imponga dicha Secretaría, de acuerdo con su Reglamento y con las demás disposiciones aplicables, por lo cual podrá ejercer el comercio y obtener la calidad de comerciante.

Por lo cual el artículo 14 de Código de Comercio establece que los extranjeros considerados comerciantes, en cuanto al ejercicio del comercio, deberán sujetarse a las disposiciones del Código de Comercio y las demás leyes mexicanas.

## **CAPÍTULO SEGUNDO**

### **LA EMPRESA**

#### **2.1. CONCEPTO DE EMPRESA.**

“La empresa es la organización de Capital, Trabajo y Elementos de la naturaleza para producir bienes o servicios”.<sup>9</sup>

Para VIVANTE la Empresa es: un organismo económico que bajo su propio riesgo recoge y pone en actuación sistemática los elementos necesarios para obtener un producto destinado al cambio.

---

<sup>9</sup> CODIGO CIVIL ITALIANO, 1942.

Podemos determinar que la empresa es la organización de una actividad económica que se dirige a la producción, al intercambio de bienes o de servicios para el mercado.

“La Empresa o negociación mercantil es una figura de índole económica, cuya naturaleza intrínseca escapa al derecho. Su carácter complejo y cambiante, la presencia en ella de elementos dispares, distintos entre sí, personales unos, objetivos o patrimoniales otro, como son su titular (el empresario), que tanto puede ser un individuo, como una sociedad, un organismo estatal o una sociedad controlada por el Estado (en empresas públicas), y un personal heterogéneo y variable, con diferente grado de vinculación con aquél; la presencia de un patrimonio o sea, la hacienda, compuesta de bienes, derechos y obligaciones de índole varia; la existencia de relaciones propias y exclusivas de ellas, como la clientela, la llamada propiedad comercial, el aviamiento o sea la actividad intelectual y hasta moral del empresario, así como ciertos derechos como los de la propiedad inmaterial (nombre comercial, patentes, marcas), y un régimen tuitivo propio, que prohíbe y sanciona la competencia desleal y que establece límites a su concurrencia en el mercado, hace de la empresa una institución imposible de definir desde el punto de vista jurídico.”<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> GIRON RESA JOSE. “*SOBRE LAS CARACTERISTICAS GENERALES, DESDE EL PUNTO DE VISTA POLITICO, JURIDICO Y CONCEPTUAL DE LOS PROBLEMAS ACTUALES EN TORNO A LA EMPRESA, ESTUDIOS DE DERECHO MERCANTIL, EN HOMENAJE AL PROFESOR ANTONIO POLO.*” Ed. Revista del Derecho Privado, Madrid. 1981. p. 282.

Se dice que la empresa es la base del Derecho Mercantil y que en su alrededor circulan conceptos relacionados con el mismo Derecho.

Debe determinarse que la empresa no se encuentra como figura concreta dentro de la legislación mercantil, por lo cual sufre de imprecisión, con esto no quiere decir que la empresa ni el empresario sean indefinidos sino que para quienes afirman que el Derecho Mercantil se encuentra formado para la empresa, es una forma de demostrar que están equivocados.

“Se entiende por empresa la sociedad o negociación mercantil, el conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores, incorporados para ofrecer al público con propósito de lucro y de manera sistemática, bienes o servicios.”<sup>11</sup>

Joaquín Garriguez y G., establece el concepto económico de la empresa, que nos dice que es:

“Es la aportación de fuerzas, capital y trabajo para la obtención de una ganancia ilimitada.”

Sin embargo Pina Vara nos da el concepto de empresa y la define de la siguiente manera:

---

<sup>11</sup> CODIGO DE COMERCIO 1968. ARTÍCULO 598.

“El comerciante, mediante el ejercicio del comercio, realiza la función de aportar al mercado general bienes o servicios, con fines de lucro. Esta actividad es realizada por el comerciante individual o social a través de la organización de los elementos patrimoniales y personales necesarios, elementos que en su conjunto integran su empresa. La empresa es, pues, la organización de una actividad económica que se dirige a la producción o a intercambio de bienes o servicios para el mercado.”<sup>12</sup>

Sin embargo BARASSI ha dicho que la empresa es la organización profesional de la actividad económica del trabajo y del capital tendiente a la producción o al cambio; es decir a la distribución de bienes y servicios.

El artículo 75 del Código de Comercio hace una descripción de lo que son las empresas y este nos dice que las empresas son actos de comercio, esto es que son actos jurídicos, cuya finalidad es producir para el mercado, mediante la organización de los factores económicos, que son elementos naturales, capital y el trabajo.

“Mantilla Molina se refiere a la Empresa diciendo: que es una palabra preñada de equívocos, pues si bien tiene una clara acepción económica, su significado jurídico está lejos de haber sido fijada de manera que recabe el consentimiento unánime de los mercantilistas. Algunos de ellos consideran como

---

<sup>12</sup> PINA VARA RAFAEL DE. “*ELEMENTOS DE DERECHO MERCANTIL MEXICANO.*” Ed. Porrúa, México. 1994. p.29.

sinónimos los términos empresa y negociación...” Mas adelante prosigue diciendo que “En términos generales puede decirse que la negociación es una forma de manifestación externa de la empresa, la realidad tangible que ha menester para actuarse cuando es permanente, la organización de factores de la producción en que consiste la empresa; pero al mismo tiempo indisolublemente ligada con ella.”

Debemos diferenciar el concepto económico o jurídico de lo que es la empresa, como también lo son las actividades humanas de otro tipo.

Además del término de la Empresa, debemos hablar también de lo que es el Establecimiento, en este caso “establecimiento mercantil”, este termino es el mas apropiado para determinar lo que es el local donde se desarrollan las actividades de la negociación, por lo cual se define a la negociación mercantil como el conjunto de cosas y derechos combinados para obtener u ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente y con propósitos de lucro.

El “establecimiento mercantil” es el lugar donde se realizan las negociaciones mercantiles. En cambio, la palabra “negociación”, de acuerdo con el Diccionario de la Lengua Española, es la acción y efecto de negociar.

Establecimiento mercantil es más propio para designar el local donde se desarrollan las actividades de la negociación y por lo tanto se define a la negociación mercantil “como el conjunto de cosas y derechos combinados para

obtener u ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente y con propósito de lucro.”<sup>13</sup>

Es más correcto hablar de establecimiento mercantil, es el lugar donde se realizan las negociaciones mercantiles, sin embargo negociación de acuerdo al Diccionario de la Lengua Española, es la acción y efecto de negociar.

En ocasiones se ofrecen servicios al público de manera frecuente, sin que pueda hablarse de la existencia de un establecimiento mercantil.

Sin embargo Puente y Calvo, se refieren al Establecimiento Mercantil el que desde el punto de vista económico es una Empresa, esto es, la reunión de los factores de la producción organizados para los fines de la misma producción. Además agregan que: “Jurídicamente el establecimiento mercantil es el conjunto de bienes reunidos y organizados para el ejercicio del comercio; está organizado por bienes de toda especie, corporales e incorporales, muebles e inmuebles. En particular pueden citarse las mercancías, el dinero los derechos y créditos, patentes, marcas, el nombre comercial y un bien intangible por excelencia, pero de gran importancia económica, lo que los autores italianos llaman aviamiento, que es la aptitud que todos esos bienes reunidos tienen para producir utilidades”.

Para que nos quede más claro de lo que es la Empresa es necesario determinar los elementos de la producción:

---

<sup>13</sup> MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. op. Cit. p. 105.

Si consideramos cada uno de los elementos de la producción asiladamente, sería difícil imaginar un concepto de empresa, puesto que el capital por si mismo no genera bienes o trabajo, para que generara debe relacionarse con el trabajo o acaso con los elementos de la naturaleza.

Por lo tanto podemos determinar un concepto de empresa en el aspecto económico, ya que si se relacionan elementos de la producción con empresa es necesario agregar un elemento que serían las ganancias, identificadas con el lucro, este ultimo elemento no puede determinarse como exclusivo de la empresa, ya que existen empresas gubernamentales que su fin no es el obtener el lucro (como los con el Banco de México, las tiendas de CONASUPO, PEMEX, etc.) los cuales su finalidad es la función social traducida en una rentabilidad para el pueblo a que debe servir, por lo cual estas empresas no son creadas para el lucro o la obtención de ganancias.

## **2.2. ELEMENTOS DE LA EMPRESA.**

Los elementos que integran a la empresa son el empresario (comerciante individual o social), la hacienda y el trabajo.



El Licenciado Pina Vara nos dice que “estos elementos deben ser considerados en su conjunto, en íntima comunión, que deriva de la finalidad misma de la empresa y de su organización.

Por su parte Mantilla Molina establece “los elementos que constituyen la Negociación Mercantil suelen dividirse en incorpóreos y corporales. Entre los primeros nos encontramos con: la clientela y el aviamiento, la llamada propiedad industrial, que a su vez se comprende una pluralidad de elementos y los derechos de autor. Los elementos corporales son: los muebles y enseres, las mercancías y las materias primas”

### **2.2.1. EL EMPRESARIO.**

“El empresario que puede ser una persona jurídica individual o una persona jurídica colectiva. El empresario, comercialmente individual o colectivo, organiza la empresa y la maneja con miras a obtener utilidades. Ahora bien, como dueño el empresario debe tener un patrimonio; este patrimonio está constituido por un conjunto de bienes muebles, enseres, mercancías, materias primas; esto es, de elementos corporales, además de un conjunto de bienes inmateriales que en conjunto el comerciante organiza para ejercer la actividad mercantil”.<sup>14</sup>

---

<sup>14</sup> SOTO ALVAREZ, CLEMENTE. “*PROTUARIO DE DERECHO MERCANTIL.*” Ed. Limusa. México. 1987. p. 41.

PINA VARA RAFAEL, establece que “la empresa puede ser manejada por una persona física comerciante individual o por una sociedad mercantil (Comerciante Social); se habla, según el caso, de empresario individual o de empresario social. El empresario es el dueño de la empresa, el que la organiza y maneja con fines de lucro.”

El Empresario, es el dueño de la empresa, el que la organiza y maneja con fines de lucro, esto es que obtenga un beneficio monetario de dicha empresa de la cual es dueño.

Al hablar del empresario, es necesario establecer los requisitos necesarios para ser empresario individual, los cuales son:

- La capacidad.
- Habitualidad.
- Obrar en nombre propio.

Existe una serie de prohibiciones para el ejercicio del comercio. Se habla de prohibiciones por que a las personas afectadas se les presupone capacidad para el ejercicio del comercio, sin embargo, por razones de Derecho Público o Privado se les excluye de dicho ejercicio. Las más significativas son:

- Las funciones de la Administración de justicia en los límites en que realizan sus funciones.

- Los jefes gubernativos, económicos o militares.
- Los encargados en la recaudación de fondos públicos.
- Magistrados del Tribunal Constitucional.
- Corredores de comercio, etc.

“Una de las características fundamentales del empresario individual es que no existe separación entre el patrimonio de la empresa (que es el que aporta el individuo a la empresa) y el patrimonio individual. Esto quiere decir que el empresario responde de las deudas de su empresa con la totalidad de sus bienes.”<sup>15</sup>

La sociedad mercantil es el empresario social o colectivo. Concretamente se puede definir la sociedad mercantil como aquel contrato en el que se deduce la reunión de personas o bienes o industrias con la finalidad de obtener un lucro.

### **2.2.2. LA HACIENDA Y EL PATRIMONIO DE LA EMPRESA.**

La Hacienda o Patrimonio de la Empresa, constituye un segundo elemento dentro de la empresa.

---

<sup>15</sup> RODRIGUEZ SANTAMARINA ALFONSO, “*COMO CREAR UNA EMPRESA.*” 4º Ed. Int. Toto. Sup. Superiores de Estudios Empresariales, México, 1996. p. 232-235.

El Licenciado Pina Vara establece que la Hacienda o Patrimonio de la Empresa “se denomina al conjunto de los elementos patrimoniales, el conjunto de bienes materiales e inmateriales organizados por el empresario para el ejercicio de su actividad mercantil.”

La Hacienda es uno de los elementos esenciales de la empresa, es su patrimonio, que se denomina Hacienda siguiendo al derecho Italiano, dado que esta palabra en nuestro idioma admite esa acepción que significa “el caudal de bienes”, esto es el patrimonio de la negociación.

Se trata del conjunto de cosas con las que el empresario cumpla con la finalidad de la empresa. Cosas o bienes, esto es desde el punto de vista activo, bienes en el sentido más amplio de este término jurídico, o sea, inmuebles, muebles, derechos, obligaciones y relaciones; las deudas y obligaciones desde el punto de vista pasivo.

“La Hacienda, depende del caso concreto, de la finalidad de la empresa, y de la voluntad del empresario para adquirir los derechos y asumir las obligaciones relativas. Ciertos bienes y derechos pueden resultar esenciales de una determinada negociación o de una clase determinada de empresas; generalmente sin embargo, puede admitirse que no sólo en el periodo de funcionamiento y respecto de él se pueda hablar de bienes o derechos esenciales,

si no también al transmitirse la hacienda misma, porque de no comprenderlos se impediría el traspaso de esta como unidad, y la continuación de su explotación”.<sup>16</sup>

Los actos de comercio devienen de las relaciones jurídicas de la empresa y a su vez estas relaciones forman parte de la Hacienda como elemento objetivo de la empresa.

La hacienda o patrimonio de la empresa constituye, como ya hemos dicho el elemento objetivo de esta, y a su lado como elemento subjetivo encontramos al empresario y al personal.

Tanto la hacienda o patrimonio de la empresa (elemento objetivo) y el empresario y el personal (elemento subjetivo), ambos forman la institución unitaria.

La unión de los dos elementos antes mencionados, implica la correlación de bienes y derechos, así como de las obligaciones, el empresario es titular ante ellos, por lo cual se plantean relaciones de pertenencia o de titularidad, no siempre de dominio.

El empresario como persona no forma parte de la hacienda, en cambio si forma parte de las relaciones jurídicas que de él partan y que en él

---

<sup>16</sup> COLOMBO GIOVANNI E. “L’AZIENDA E IL SUO TRASFERIMENTO IN TUTTA DI DIRITTO COMMERCIALE E DI DIRITTO PUBBLICO DELL’ECONOMIA.” DIRIGIDO POR FRANCESCO GALGANO. Vol. III. Cedam, Padova. 1979. p. 36.

aproximen, tanto respecto a la hacienda y a los bienes que la componen, como lo es el personal, a través de vehículos personales, como lo son los contratos de trabajo y de prestación de servicios. De estas relaciones surgen derechos y obligaciones, que tienen valor monetario y que se reflejan, en la contabilidad de la negociación, tanto en su activo como en su pasivo.

Podemos determinar que la relación que guarda la hacienda con la empresa es de dependencia, ya que esta es un elemento de aquella.

También forma parte de la hacienda la organización de todos sus bienes y derechos destinados a cumplir la finalidad de la empresa.

La hacienda es parte de la empresa, pero que no se identifica ni se confunde con ella. Se habla de la empresa para sólo referirse a su patrimonio, o bien, se invoca a la empresa para referirse solamente al empresario, o a la hacienda.

### **2.2.3 EL TRABAJO.**

El Diccionario de la Real Academia Española, en una de sus acepciones define al trabajo como "el esfuerzo humano dedicado a la producción de la riqueza".

La Ley Federal del Trabajo en el artículo 8° párrafo segundo conceptúa al trabajo como "toda actividad humana intelectual o material, independientemente del grado de preparación técnica requerido por cada profesión u oficio".

De lo anterior se desprende: a) todo trabajo requiere de un esfuerzo de quien lo ejecuta y tiene por finalidad la creación de satisfactores; b) el trabajo es una de las características que distinguen al hombre del resto de los seres vivientes; a la actividad de éstos relacionada tan sólo con el mantenimiento de la vida, no puede llamársele trabajo; solamente el hombre es capaz de trabajar; el trabajo está adherido a la propia naturaleza humana es como la extensión o reflejo del hombre.

La vida va íntimamente vinculada al trabajo, constituye el verdadero fundamento de su existencia. Es importante señalar el valor tan diferente que se le ha dado al trabajo a través de la historia.

Si se toma como base del origen del hombre la tesis cristiana, el trabajo aparece como un castigo impuesto por Dios por la comisión de un pecado. Así se desprende del Antiguo Testamento (Génesis III, 17 y 19) cuando Dios condena a Adán a sacar de la tierra el alimento "con grandes fatigas" y a comer el pan "mediante el sudor" de su rostro.

En la época Antigua se vio al trabajo con desdén fue objeto del desprecio de la sociedad incluso de los grandes filósofos, era el fiel reflejo del pensamiento dominante consideraban al trabajo como una actividad impropia para los hombres libres, por lo que su desempeño quedaba a cargo de los esclavos que eran considerados como cosas o como bestias. Las personas, los señores, se dedicaban a la Filosofía, la política y la guerra.

Durante el régimen corporativo, en la Edad Media, el hombre quedaba vinculado al trabajo de por vida y aun transmitía a los hijos la relación con la tierra o con la corporación, haciéndose acreedores a enérgicas sanciones cuando intentaban romper el vínculo heredado.

El 12 de marzo de 1789 con el Edicto de Turgot, que pone fin al sistema corporativo en Francia, se postula la libertad de trabajo, como un derecho natural del hombre. Posteriormente en las declaraciones francesa (1789) y mexicana Apatzingán (1814) se eleva este ideal a la categoría de derecho universal del individuo.

Por su parte Carlos Marx equipara al trabajo con una cosa que se pone en el mercado; indica que la fuerza de trabajo es una mercancía, como el azúcar a la fuerza de trabajo se le mide con el reloj, al azúcar se le mide con la balanza.



El trabajo enajena al hombre; éste no puede hacer lo que quiere mientras sirve al patrón; de ahí la lucha por eliminar las relaciones de producción la explotación del hombre por el mismo hombre.

La Ley Federal del Trabajo en el artículo 3° consagra el principio de establecer que "El trabajo es un derecho y un deber sociales. No es artículo de comercio, exige respeto para las libertades y dignidad de quien lo presta y debe efectuarse en condiciones que aseguren la vida, la salud y un nivel económico decoroso para el trabajador y su familia".

Este artículo, encierra la ilusión de todo ser humano: tener trabajo útil y digno que le permita vivir a él y su familia con salud y de manera decorosa.

Al hacer un análisis de este precepto pueden apuntarse estas reflexiones:

1. El trabajo es un derecho y un deber sociales. La concepción moderna de la sociedad y del derecho sitúa al hombre en la sociedad, le impone deberes y le otorga derechos; la sociedad tiene derecho a esperar de sus miembros un trabajo útil y honesto, por esto el trabajo es un deber; pero en el reverso de esta obligación, el hombre tiene el derecho de esperar y exigir de la sociedad condiciones de vida que le permitan la oportunidad de trabajar, de ahí el postulado del preámbulo del artículo 123 constitucional del derecho de toda persona al trabajo digno y socialmente útil.

2. El trabajo no es un artículo de comercio. Considerar al hombre como un medio material de producción, cómo un instrumento para acumular riqueza, es una idea que ataca a su dignidad. De este modo encontramos que la cuestión de la dignidad del hombre en el trabajo se funda en la idea que se tenga del hombre: como un principio, como un sujeto creador y como un fin, o como un medio, como un instrumento. Es lógico considerar que el hombre con su inteligencia, con su imaginación, con su conciencia del mundo y de las cosas, es mucho más importante que las herramientas y que las máquinas, y que estas han de ser puestas a su servicio, para que el hombre, pueda realizarse efectivamente.

3. El trabajo exige respeto para las libertades y dignidad de quien lo presta. El principio de libertad y de dignidad apuntado tiene su más transparente expresión en el artículo 4° de la Ley Federal del Trabajo que dispone: "No se podrá impedir el trabajo a ninguna persona ni que se dedique a la profesión, industria o comercio que se le acomode siendo lícitos".

4. El trabajo debe efectuarse en condiciones que "aseguren la vida la salud y un nivel económico decoroso; para el trabajador y su familia. Este principio se transforma en el objetivo de más alto rango para; todo hombre: lograr un nivel económico decoroso, a través del cual pueda realizar todas las necesidades materiales de él y de su familia proveer a la educación de sus hijos y poder asomarse a los más elevados planos de la cultura, en forma tal que tanto el como su familia puedan desarrollar sus facultades físicas y espirituales con el decoro que corresponde a los seres humanos.

### **2.3. EL ESTABLECIMIENTO.**

MANTILLA MOLINA define a la negociación mercantil, “como el conjunto de cosas y derechos combinados para obtener u ofrecer al público bienes o servicios, sistemáticamente y con propósitos de lucro”.

El establecimiento es el local donde se ubica la empresa, donde está físicamente instalada y desarrolla su actividad mercantil. La doctrina considera como cosa mercantil, en particular al establecimiento.

Puente y Calvo, se refieren al Establecimiento Mercantil como el que desde el punto de vista económico es una Empresa, o sea, “la reunión de los factores de la producción organizados para los fines de la misma producción. Y agregan: “Jurídicamente el establecimiento mercantil es el conjunto de bienes reunidos y organizados para el ejercicio del comercio; está integrado por bienes de toda especie, corporales e incorporales, muebles e inmuebles. En particular, pueden citarse las mercancías, el dinero los derechos y créditos, patentes, marcas, el nombre comercial y un bien intangible por excelencia, que es la aptitud que todos esos bienes reunidos tienen para producir utilidades”.

El establecimiento mercantil es el lugar donde se realizan las negociaciones mercantiles; sin embargo la palabra “negociación”, de acuerdo con el diccionario de la Lengua Española, es la acción y efecto de negociar.

El establecimiento mercantil es el asiento material de la empresa, lugar geográfico en el que permanentemente se desenvuelven sus negocios.

El lenguaje jurídico utiliza esta expresión para designar:

- 1) El asiento de la empresa, el punto geográfico permanente.
  
- 2) El negocio ejercido en determinado lugar. De la misma manera que ocurre con el domicilio de las sociedades sucede con el establecimiento. Tanto aquél como este se entienden como el lugar geográfico, como la entidad municipal en la que normalmente se desarrollan las actividades y como el local en el que materialmente se realizan dichas tareas.

Comúnmente, una empresa tiene uno o varios establecimientos; el establecimiento no es necesario para la existencia de la empresa; hay empresas sin establecimiento, sino ambulante, como sucede con cierta clase de espectáculos públicos.

La empresa puede tener además de su establecimiento principal, sucursales o establecimientos secundarios.

Un efecto de la ubicación de la empresa es la competencia judicial y registral, lo cual produce importantes efectos jurídicos, en los negocios en que interviene la empresa.

## **2.4. EL DERECHO DE ARRENDAMIENTO.**

Un establecimiento existe y funciona en uno o varios locales donde encuentran cabida los elementos corporales que lo constituyen, y en donde se desarrollan las actividades que le son propias.

Si el propietario de la negociación adquiere el uso del local mediante un contrato de arrendamiento, su interés puede ponerse en pugna con el dueño del inmueble, ya sea durante la vigencia del contrato, o bien, al concluir el plazo estipulado en dicho contrato.

Cuando la propiedad del local corresponde a quién también tiene el dominio sobre la negociación, suele no incluirse entre los objetos.

La doctrina conoce al derecho de arrendamiento con el nombre de propiedad comercial, al conjunto de derechos reconocidos al empresario sobre el local arrendado en el cual se encuentra ubicada su empresa.

El artículo 1900 del Código Civil para el Estado de Guanajuato, limita a quince años para las fincas destinadas a la habitación, veinte para las destinadas al comercio y veinticinco a las destinadas al ejercicio de la industria o a al agricultura.

Por su parte en el artículo 1984 del Código Civil (Edo. Gto.) prohíbe al arrendatario subarrendar el local o ceder sus derechos sin el consentimiento del arrendador, si lo hiciere, responderá solidariamente con el subarrendatario de los daños y perjuicios.

La disposición contenida en el artículo 1949, segundo párrafo del citado código, dispone que en los arrendamientos que han durado más de cinco años, o cuando el arrendatario ha hecho mejoras de importancia en la finca arrendada, tiene éste derecho, si esta al corriente en el pago de la renta, a que, en igualdad de condiciones, se le prefiera a otro interesado en el nuevo arrendamiento de la finca, gozando también en este caso el arrendatario del derecho del tanto si el propietario quiere vender la finca arrendada.

Al vencimiento del contrato, el dueño de la negociación mercantil tiene derecho a la prórroga de un año, que le concede el artículo 1992 del Código Civil del Estado de Guanajuato, este supuesto es siempre y cuando el arrendatario este al corriente en el pago de las rentas, a que se le prorrogue, a menos que el propietario quiera habitar la casa o cultivar la finca cuyo arrendamiento ha vencido.

## **2.5. LOS AVISOS COMERCIALES.**

Se considera aviso comercial a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales,

industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirlos de los de su especie.

Rodríguez Rodríguez define a los avisos comerciales como a “cualquier combinación de letras, dibujos o de cualquier otros elementos que tengan señalada originalidad y sirvan para distinguir fácilmente a una empresa o a emblemas, lemas y demás objetos o palabras que se emplean para diferenciar una empresa de otra y atraer sobre ella, o sus productos, la atención del público”.

El derecho exclusivo para usar un aviso comercial se obtendrá mediante su registro ante el Instituto, como lo dispone el artículo 99 de la Ley de la Propiedad Industrial.

Toda persona, al anunciar al público un comercio, negociación o producto alguno, adquiere el derecho exclusivo de seguirlo usando y de impedir que otras personas hagan de avisos iguales o semejantes al grado de que se confundan unos con otros.

Los avisos comerciales, cuando tienen alguna originalidad, algo característico, reciben la protección dada a la propiedad industrial, tendrá un plazo de diez años a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por períodos de la misma duración.

## **2.6. LOS CERTIFICADOS DE INVENCIÓN.**

La ley de invenciones y marcas dispone un doble sistema de protección a las invenciones, mediante una patente o mediante un nuevo título al que denomina “certificado de invención”.

Para todas las invenciones que sean patentables por reunir los requisitos de novedad, actividad, inventiva y aplicación industrial, el inventor puede optar, para su protección, por obtener una patente o un certificado de invención. Para ciertas invenciones no patentables, solo pueden obtener un certificado de invención.

Estas invenciones tienen efectos de una duración de diez años; durante este plazo el titular del certificado de invención tendrá derecho a recibir una regalía de cada interesado que explote su invención.

El titular del certificado podrá explotar la invención directamente por si mismo, o por cualquier interesado; esto será previo acuerdo con el titular del certificado de la invención sobre el pago de regalías y demás condiciones esenciales a la explotación de la invención.

Cuando un tercero explote una invención registrada, esto es, amparada por un certificado de invención, sin haber llegado a un previo acuerdo



con el titular de dicha invención y ni haber obtenido la autorización administrativa correspondiente, el titular tendrá los derechos que la ley otorga al titular de una patente por la invención de sus derechos.

## **2.7. LOS DERECHOS DE AUTOR.**

Se ha definido el derecho de autor como el derecho que la ley reconoce al autor de una obra para participar en los beneficios que produzcan la publicación, ejecución o representación de la misma.

“Dado lo extenso del campo que se protege con este derecho, preferimos encuadrar los derechos de autor dentro de un concepto que pudiera ser alguno de los siguientes:

- “Conjunto de normas que regulan las creaciones intelectuales aplicadas al campo de la literatura, de las bellas artes y de la ciencia.”
- Por su parte, el concepto aceptado por las legislaciones modernas, señala que “Constituye el objeto de la propiedad intelectual las producciones u obras científicas, literarias o artísticas, originales o de carácter creativo, con independencia de su mérito, que puedan darse a luz por cualquier medio.”<sup>17</sup>

---

<sup>17</sup> VIÑAMATA PASCHKES, CARLOS. “*LA PROPIEDAD INTELECTUAL*.” Ed. Trillas. México. 1998. p. 23.

El autor de una obra literaria, científica o artística, tiene facultad exclusiva de usarla y explotarla así como de autorizar su uso en todo o en parte. Podrá disponer de sus derechos total o parcialmente o de transmitirlos *mortis causa*.

Rancel Medina define el derecho de autor, en su libro de Derecho de la Propiedad Industrial e intelectual “como el conjunto de prerrogativas que las leyes reconocen y confieren a los creadores de obras intelectuales mediante la escritura, la imprenta, la palabra hablada, la música, el dibujo, la pintura, la escultura, el grabado, la fotocopia, el cinematógrafo, la radiodifusión, la televisión, el disco, el casete, el videocasete y por cualquier otro medio de comunicación.

Derechos concedidos por la ley en beneficio del autor de toda obra intelectual o artística. En ellos se comprende el reconocimiento de su calidad de autor el derecho de oponerse a toda deformación, mutilación o modificación de su obra, que se lleve a cabo sin su autorización, así como toda acción que redunde en demérito de la misma o falta del honor, del privilegio o de la reputación del autor, el derecho de usar o explotar temporalmente la obra por sí mismo o por terceros, con propósitos de lucro y de acuerdo con las condiciones establecidas por la ley. Tanto el reconocimiento de la calidad de autor, como el derecho de oponerse a toda deformación, mutilación o modificación de la obra son derechos personales, perpetuos, imprescriptibles e irrenunciables. Su ejercicio puede ser transmitido por disposición testamentaria (artículo 21 de la Ley Federal del Derecho de Autor).

La Ley Federal del Derecho de Autor considera que son objeto de la protección concedida a los autores las obras: literarias, científicas, técnicas y jurídicas; pedagógicas y didácticas; musicales con letra o sin ella; de danza, coreográficas y pantomímicas; pictóricas, de dibujo, grabado o litografía; escultóricas y de carácter plástico; de arquitectura; de fotografía, cinematografía, radio y televisión; y todas las demás que por analogía pudieran considerarse incluidas dentro de dichos tipos genéricos (artículo 13 de la Ley Federal del Derecho de Autor).

Para que surta sus efectos la protección que la ley otorga, las obras deberán constar por escrito, en grabaciones o en cualquier otra forma que les perdure y que sea susceptible de reproducirse o hacerse del conocimiento público, aunque no sean registradas ni se hagan del conocimiento público, o se conserven inéditas.

Los derechos de autor no amparan: el aprovechamiento de ideas contenidas en sus obras; el empleo de una obra mediante su reproducción o representación en un acontecimiento de actualidad, a menos que se haga con fines de lucro; la publicación de obras de arte o arquitectura que sean visibles desde lugares públicos, la traducción o reproducción, por cualquier medio, de breves fragmentos de obras científicas, literarias o artísticas, en publicaciones hechas con fines didácticos o científicos, o en crestomatías o con fines de crítica literaria o investigación científica, siempre que se indique la fuente de donde se hubieren tomado, y que los textos reproducidos no sean alterados; la copia

manuscrita, mecanográfica, fotográfica, fotostática, pintada, dibujada o en micro-película de una obra publicada, siempre que sea para el uso exclusivo de quien la haga.

Son los titulares originales de estos derechos el o los autores de una obra, los adaptadores, arreglistas, traductores, intérpretes y ejecutantes, y titulares derivados los adquirentes del derecho, el Estado y los herederos del autor.

El derecho de autor tiene dos elementos característicos que son:

- A) El moral,
- B) El económico.

En cuanto al elemento moral consiste en la facultad del autor de exigir el reconocimiento de su carácter creador; de dar a conocer su obra y de que se respete la integridad de la obra, en cuanto al elemento económico, este consiste en el aspecto monetario del disfrute de su creación.

## **2.8. EL AVIAMIENTO.**

Ha dicho LANGLE que el aviamiento consiste, en la aptitud de la empresa, merced a la acertada organización de sus elementos, para rendir

beneficios económicos. El aviamiento determina la clientela, definida, como el conjunto de personas que acostumbran acudir a una empresa para proveer de mercancías o para utilizar sus servicios.

Según el Diccionario de la Academia, en América el aviamiento significa préstamo en dinero o efectos que se hace al labrador, ganadero o minero.

En México se usa para designar a los contratos de habilitación o avío que según el artículo 321 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, son aquellos en los que el acreditado queda obligado a invertir el importe del crédito precisamente en la adquisición de la materias primas y materiales, y en el pago de los jornales, salarios y gastos directos de explotación indispensable para los fines de su empresa.

Los créditos de habilitación o avío estarán garantizados con las materias primas y materiales adquiridos, y con los frutos, productos o artefactos que se obtengan con el crédito, aunque estos sean futuros o pendientes (art. 322 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito).

En la practica las empresas agroindustriales acostumbran habilitar a los agricultores, proveyéndolos de semillas, abonos, insecticidas, dinero, etc., con la obligación por parte del agricultor, de vender su cosecha al aviador, al precio en plaza, en el momento de la recolección.

La terminología que usa la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, de acreditado, acreditante, hace pensar que este contrato estará indudablemente ligado a uno de apertura de crédito, en cambio, nadie impide que un crédito de habilitación sea accesorio de un negocio de naturaleza diferente, como lo es el mutuo (artículo 1880 del Código Civil del Estado de Guanajuato), establece que el **mutuo** es el contrato por el cual el mutuante se obliga a transferir la propiedad de una suma de dinero o de otras cosas fungibles al mutuuario, quien se obliga a devolver otro tanto de la misma especie y calidad).

El avío es de origen mexicano, nació durante la Colonia, este fue producto de las costumbres creadas entre mineros. El aviador adelantaba dinero al aviado para que lo destinara a beneficiar una mina; el minero aviado, se comprometía a entregar al aviador los metales beneficiados a un precio menor del corriente en el mercado. De esta manera el aviador se asegura el suministro de los metales a buen precio y en esto consistía su ganancia; ya que no podía cobrar intereses; por su parte el aviado recibía el dinero que necesitaba para su explotación. El acreedor tenía preferencia sobre los productos de la mina, lo cual era lógico porque ya los había comprado.

El artículo 326 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito, establece los requisitos esenciales que deben contener los contratos de crédito refaccionario o de habilitación o avío:

I.- Expresarán el objeto de la operación, la duración y la forma en que el beneficiario podrá disponer del crédito materia del contrato;

II.- Fijaran, con toda precisión, los bienes que se afecten en la garantía, señalarán los demás términos y condiciones del contrato;

III.- Se consignarán en contrato privado que se firmará por triplicado ante dos testigos conocidos y se ratificará ante el encargado del Registro;

IV.- Serán inscritos en el Registro de Hipotecas que corresponda según la ubicación de los bienes afectados en garantía, o en el Registro de Comercio respectivo, cuando en la garantía no se incluya la de bienes inmuebles.”

El importe de los créditos refaccionarios está destinados a inversiones de modo diverso, incluyendo la adquisición de aperos (herramientas), instrumentos, útiles de labranza, abonos, ganado o animales de cría, en la realización de plantaciones o cultivos cíclicos o permanentes; en la construcción, organización de obras materiales necesarias para el fomento de la empresa del acreditado y el pago de determinados créditos fiscales a cargo de la empresa (art. 323 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito).

Los créditos de habilitación son principalmente bancarios, nada impide que aparezca como acreedor quien no se dedique a tal actividad con tal de que este legalmente capacitado para celebrar la operación. Solo puede aparecer

como deudor o acreditado quien explote una empresa agrícola o comercial, aún cuando no sea propietario de la misma, a menos que tratándose de arrendatarios, colonos o aparceros (comuneros), obre inscrito el contrato respectivo en los registros de propiedad, de crédito agrícola, de minas o de comercio correspondientes, y en ese contrato el propietario de la empresa se haya reservado el derecho de consentir en la constitución de la prenda (art. 331 de la Ley General de Títulos y Operaciones de Crédito).



## **CAPÍTULO TERCERO**

### **ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS TÉCNICOS Y MATERIALES DE LA EMPRESA.**

#### **1.1. ADMINISTRACIÓN DE LOS RECURSOS TÉCNICOS.**

##### **1.1.1. DE LA TECNOLOGÍA.**

La tecnología representa los últimos avances de la ciencia en una rama y permite mejores soluciones a los múltiples problemas del mundo actual. La tecnología se desarrolla principalmente en los países avanzados y busca una actualización inmediata para asegurar un proceso; simplificar un sistema de producción o un artículo; o la forma de ofrecer un servicio. La tecnología puede ser, un conjunto de formulas, o de pasos, a realizarse por un mecanismo, bien puede ser una maquina, herramienta o una computadora.

Los principios de la tecnología son: la demanda continúa y es necesario un proceso de actualización e invención.

### 1.1.2. DE LAS INVENCIONES Y PATENTES.

**Invención** es toda creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas (artículo 15 de la Ley de la Propiedad Industrial).

El artículo 9 de la Ley de la Propiedad Industrial manifiesta que “la persona física que realice una invención, modelo de utilidad o diseño industrial, o su causahabiente, tendrá el derecho exclusivo de su explotación en su provecho, por sí o por otros con su consentimiento”.

Posteriormente el artículo 10 de la ley en mención, establece que el derecho a que se refiere el artículo anterior se otorgará a través de patente en el caso de las invenciones y de registros por lo que hace a los modelos de utilidad y diseños industriales.

Por lo cual el derecho a obtener una patente o un registro pertenece al inventor o diseñador; en caso de que la invención, modelo de utilidad o diseño industrial hubiese sido realizado por dos o más personas conjuntamente, el derecho para obtener la patente o el registro les pertenece a todos los que hayan intervenido en dicha invención.

La invención constituye un elemento del derecho de patentes y por eso la presencia de los requisitos de patentabilidad se analizan en relación con la invención determinada, esto es, son muchas y variadas las definiciones de invención proporcionadas por la doctrina y por la jurisprudencia, aunque en muchas de ellas se suelen mezclar dos cuestiones diversas las cuales consisten en: la invención patentable y la pura y simple invención.

La valoración de los datos que constituyen una invención dependen en gran medida de los juicios de valor, es decir, una definición asociada por la ley correría el riesgo de ser superada por el desarrollo de técnica y de limitar la libre apreciación del juez, impidiendo de esta forma que la ley alcance su objeto, lo cual es favorecer la industria, por tanto la mayoría de la legislaciones sobre la propiedad industrial, decidieron determinar el concepto de invención en sentido negativo, es decir, destacando en algunos artículos lo que no se considera invención, lo cual se destaca en el artículo 19 de la Ley de la Propiedad Industrial, el cual es del texto literal siguiente:

Artículo 19. No se considerarán invenciones para los efectos de esta Ley:

I. Los principios teóricos o científicos;

II. Los descubrimientos que consistan en dar a conocer o revelar algo que ya existía en la naturaleza, aun cuando anteriormente fuese desconocido para el hombre;

III. Los esquemas, planes, reglas y métodos para realizar actos mentales, juegos o negocios y los métodos matemáticos;

IV. Los programas de computación;

V. Las formas de presentación de información;

VI. Las creaciones estéticas y las obras artísticas o literarias;

VII. Los métodos de tratamiento quirúrgico, terapéutico o de diagnóstico aplicables al cuerpo humano y los relativos a animales, y

VIII. La yuxtaposición de invenciones conocidas o mezclas de productos conocidos, su variación de uso, de forma, de dimensiones o de materiales, salvo que en realidad se trate de su combinación o fusión de tal manera que no puedan funcionar separadamente o que las cualidades o funciones características de las mismas sean modificadas para obtener un resultado industrial o un uso no obvio para técnico en la materia.

Sin embargo, como podemos observar, de la suma de dos elementos conocidos, surge un tercero novedoso y de características propias, y del cual se dará el fenómeno del sinergismo, y por tanto, será considerado patentable.

Así, tenemos que los artículos 10 y 10 bis de la ley en cita, señalan que el derecho de exclusividad a que se refiere el artículo citado con antelación, se otorgará por medio de patentes en el caso de las invenciones y de registros, por lo que hace a los modelos de utilidad y diseños industriales.

Los derechos que otorga una patente pueden ser concedidos a terceros (artículo 62 de la Ley de la Propiedad Industrial), ya sea que estos sean personas físicas o morales, el inventor tiene derecho a ser reconocido como tal en el título correspondiente y a oponerse a esta mención (artículo 13 de la Ley de la Propiedad Industrial).

Solamente serán patentables las invenciones que sean nuevas, esto es, el resultado de una actividad inventiva y susceptibles de aplicación industrial (artículo 16 de la ley en cita), es decir, se entiende por aplicación industrial, la posibilidad de que una invención pueda ser producida o utilizada en cualquier rama de la actividad económica (artículo 12, fracción IV de la Ley en comento).

Asimismo, tenemos que la patente es considerada como el derecho subjetivo que conduce al titular la explotación en exclusiva de su invento, con determinadas limitaciones, como la territorialidad y la temporalidad.

“Pina Vara define a la patente como el privilegio de explotar en forma exclusiva un invento o sus mejoras. También recibe el nombre de patente el documento expedido por el Estado, en el que se reconoce y confiere tal derecho de exclusividad.”

Así tenemos que, los intereses del inventor de una patente son contrarios a los de la colectividad, ya que al inventor le interesa el monopolio absoluto, y a la colectividad, la plena libertad de explotación y en el terreno internacional, el interés nacional.

Se llama **patente** tanto al derecho de aprovechar, con exclusión de cualquier otra persona, bien un invento o sus mejoras, bien un modelo industrial, como el documento que pide el Estado para acreditar tal derecho.

Como podemos observar para Mantilla Molina, del vocablo de patente se denotan dos cosas:

- a) El derecho de aprovechar la invención, y,
- b) El documento que expide el Estado para acreditar tal derecho.

Patente, es el privilegio de explotar en forma exclusiva un invento o sus mejoras. También recibe el nombre de patente el documento expedido por el Estado, en el que se reconoce y confiere tal derecho de exclusividad.

Se entiende como patente, al privilegio de explotar, en forma exclusiva, un invento o sus mejoras. También recibe el nombre de patente el documento expedido por el Estado en el que se reconoce y confiere tal derecho de exclusividad. Así tenemos que la persona que realice una invención, tiene el derecho exclusivo de explotarlo en su provecho, por sí o por otros con su permiso.

El artículo 9 de la Ley de la Propiedad Industrial se refiere a lo que debe entenderse por patente, en cuanto señala:

Artículo 9.- La persona física que realice un invención, modelo de utilidad o diseño industrial, o su causahabiente, tendrán el derecho exclusivo de su explotación en su provecho, por sí o por otros con su consentimiento, de acuerdo con las disposiciones contenidas en esta ley y su reglamento.

Las patentes tienen requisitos materiales de patentabilidad los cuales son:

a) Que sea considerada una novedad, esto es, que una invención no se considerará como nueva si está comprendida en el estado de la técnica, es decir, si se ha hecho accesible al público, en el país o en el extranjero, mediante una descripción oral o escrita, por el uso o por cualquier otro medio suficiente para permitir su ejecución, con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de la patente.

b) La actividad inventiva, es decir, una invención implica una actividad inventiva si, en la fecha de presentación de la solicitud o de la prioridad, y habida cuenta del estado de la técnica, ella no resulta evidente para un técnico en la materia.

c) Una invención es susceptible de aplicación industrial si se puede fabricar o utilizar por la industria.

Las patentes confieren diferentes derechos los cuales son:

- a) El derecho del inventor a ser mencionado como autor en la patente.
- b) El derecho de explotar en forma exclusiva la invención con una vigencia improrrogable de 20 años a partir de la fecha del otorgamiento de la patente.
- c) El derecho de autorizar a otros la explotación de la patente.
- d) El derecho de autorizar a otros la explotación de la patente, a través de una licencia contractual y el de transmitir la patente en todo o en parte entre vivos o vía sucesoria.

El Titular de la patente tiene diversas obligaciones las cuales consisten en:

- a) Pago de derechos para mantener su vigencia.
- b) La explotación que ampara la patente en el territorio nacional.

Una vez examinado el concepto de patente y lo que se entiende por invención, resulta pertinente definir el concepto de patente de invención, que el Tribunal Colegiado de Circuito definió, la cual es del texto literal siguiente:



“Patente de Invención.- Las patentes de invención amparan las creaciones intelectuales que se traducen en nuevos productos industriales o en nuevas composiciones de materia, o en el empleo de medio nuevos o en la nueva aplicación de medios conocidos para obtener productos o resultados industriales novedosos.”

Se entiende como concepto de patente de mejoras, están constituidas por elementos novedosos, que mejoran o perfeccionan la técnica, los procedimientos o los productos de las patentes preexistentes, es decir, con patentes de invención, que se pueden clasificar como de diferente grado, pero invenciones al fin.

El Tribunal Colegiado de Circuito definió lo que es la patente de mejoras, en la ejecutoria que a continuación se transcribe:

“Patente de Mejoras. Las patentes de mejoras están directamente referidas a aquellas que produzcan un nuevo resultado industrial, es decir, a las patentes de invención. O sea que puede patentarse la mejora a una patente de invención, o un procedimiento más fácil o menos costoso para obtener el resultado industrial, pero es de notarse que la expresión “resultado industrial” sólo aparece en el artículo 4° a comento en las fracciones II, III y IV y, además, la fracción V habla de mejoras a una invención, amparada por una patente o del dominio público, según dice el precepto y ello corrobora también la conclusión de que una patente de mejoras debe producir un resultado en cuanto a la eficiencia de

funcionamiento de la invención mejorada, o en cuanto al costo o facilidad del procedimiento empleado para obtener esa función o el resultado que con la invención se busca.”

Las patentes tienen su fundamento en el artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, cuando menciona la excepción al monopolio, es decir, a los privilegios que por determinado tiempo se concedan a los autores para el uso exclusivo de sus inventos.

Hay tres tipos de sujetos a las patentes:

- a) La persona o personas físicas creadoras de la invención (artículo 9 de la Ley de la Propiedad Industrial).
- b) Las personas físicas o morales causahabientes de los derechos que otorgan las patentes, cesionarios, heredero, etc. (artículo 9 y 11 de la Ley de la Propiedad Industrial).
- c) Las personas físicas o morales que por virtud de un contrato de licencia o de un contrato de franquicia pueden disfrutar los derechos que confiere la patente de un tercero (artículos 9 y 63 de la Ley de la Propiedad Industrial).

El artículo 10-bis de la Ley de la Propiedad Industrial, señala:

El derecho a obtener una patente o un registro pertenecerá al inventor o diseñador, según el caso, sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 14 de esta Ley. Si la invención, modelo de utilidad o diseño industrial hubiese sido, realizado por dos o más personas conjuntamente, el derecho a obtener la patente o registro les permanecerá a todos en común.

Si varias personas hicieran la misma invención o modelo de utilidad independientemente unas de otras, tendrán mejor derecho a obtener la patente o el registro aquella que primero presente la solicitud respectiva o que reivindique la prioridad de fecha más antigua, siempre que la solicitud no sea abandonada ni denegada.

Del artículo anteriormente transcrito se desprende, que se sigue el principio de primero en tiempo, primero en derecho.

También se desprende que el derecho a obtener una patente o un registro podrá ser transferido por actos entre vivos o por vía sucesoria.

El artículo 23 de la Ley de la Propiedad Industrial, nos señala que la patente tendrá una vigencia de 20 años, improrrogables, contados a partir de la presentación de la solicitud y estará sujeta al pago de la tarifa correspondiente.

Ahora bien, si el titular de la patente no la explota dentro de los tres años, contados a partir de la fecha de su otorgamiento o de cuatro contados a

partir de la fecha legal de presentación de la solicitud, según lo que ocurra más tarde. El Instituto de la Propiedad Industrial podrá otorgar la licencia obligatoria a la persona que lo solicite (art. 70 de la Ley de la Propiedad Industrial).

### 3.1.3 DEL NOMBRE COMERCIAL.

Pina Vara Rafael, define el nombre comercial como el nombre comercial de una empresa o establecimiento mercantil.

El nombre comercial y el derecho a su uso exclusivo estará protegido sin necesidad de depósito o registro, dentro de la zona geográfica que abarque la clientela efectiva de la empresa o establecimiento industrial o comercial a que se aplique y tomando en cuenta la difusión del nombre y la posibilidad de que el uso por un tercero induzca al error a los consumidores.

**El nombre comercial** en su actividad comercial se denomina “nombre comercial” y no debe confundirse con su nombre civil, que forma parte de los atributos de su personalidad.

El nombre comercial **tiene por objeto** distinguir a la empresa o negociación de otros similares, es decir, tampoco debe confundirse con la razón social o denominación de las sociedades mercantiles.

La ley establece que es propiedad de toda persona física o jurídica productora o comerciante, el derecho al uso del propio nombre, cuando una persona haga uso indebido de un nombre comercial, que no le pertenezca, el legítimo propietario del nombre podrá presentar querrela contra el infractor.

La publicación de su nombre comercial en “gaceta de la propiedad industrial” se obtiene mediante la solicitud respectiva que deberá llenar los requisitos que exige la ley.

La publicación solicitada no se hace sino después de un examen con el que se compruebe que no existe en vigor, o de un genero similar, el nombre comercial publicado, igual o semejante con que pueda confundirse, (artículo 108 de la Ley de la Propiedad Industrial) el efecto de la publicación de un nombre comercial dura 10 años, el cual puede revocarse indefinidamente por períodos de la misma duración (artículo 110 de la citada ley).

La venta o transmisión de un establecimiento confiere el derecho del uso exclusivo del nombre comercial respectivo salvo estipulación en contrario (artículo 111 de la misma ley).

Adquiere el derecho al nombre comercial la persona que primero lo aplica a una empresa o a un establecimiento mercantil.

A nadie podrá negársele el derecho a usar en su empresa o establecimiento palabras o frases que se limiten a descubrir los productos o servicios que en ese establecimiento se realicen o que constituyan la denominación usual de la empresa o establecimiento de su género (librería, zapatería, etc.)

Se considera infracción administrativa usar dentro de la zona geográfica en que resida la clientela, un nombre comercial semejante, llegando a un grado de confusión con otro que ya esté siendo usado por un tercero, para amparar un establecimiento industrial, comercial o de servicio, del mismo o similar género.

Se entiende por **nombre comercial**, el nombre bajo el cual una persona ejerce el comercio o el nombre del establecimiento mercantil. En ocasiones el nombre comercial es sólo fantasía, en otras se refiere al tráfico o giro de la negociación; en otras más incluye el apellido, nombre o apodo del propietario, etc., tenemos como ejemplo: La Michoacana, La Gran Sedería, Casa López, etc. Uno de los atributos de las personas es el nombre, las personas físicas se distinguen por su nombre y apellido y las personas morales por su razón social p denominación.

El nombre comercial está protegido sin necesidad de registro; su protección abarca la zona geográfica de la clientela de la empresa o

establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se entenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.

Los artículos 105 al 112 de la Ley de la Propiedad Industrial, nos hablan acerca de lo que son los nombres comerciales.

El artículo 105 de la misma ley define lo que es el nombre comercial, cuyo texto es:

Artículo 105.- El nombre comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicio y el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos, sin necesidad de registro. La protección abarcará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo.

Quien esté usando un nombre comercial podrá solicitar al Instituto, la publicación del mismo en la Gaceta (artículo 106 de la Ley de la Propiedad Industrial). La solicitud de una publicación de un nombre comercial se presentará por escrito al Instituto acompañada de los documentos que acrediten el uso efectivo del nombre comercial aplicado a un giro determinado (artículo 106 LPI). Recibido dicha solicitud y satisfechos los requisitos legales, se efectuará un examen de fondo para determinar si existe algún nombre comercial idéntico o

semejante en grado de confusión aplicado al mismo giro, en trámite o publicado con anterioridad. De no encontrarse anterioridad procederá la publicación (artículo 107 de la Ley de la Propiedad Industrial).

Los efectos de la publicación de un nombre comercial durarán diez años, a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrán renovarse por períodos de la misma duración, si no se renuevan cesarán sus efectos (artículo 110 de la Ley de la Propiedad Industrial).

Cuando se lleva a cabo una transmisión de una empresa o establecimiento, se comprenderá el derecho de uso exclusivo del nombre comercial (artículo 111 de la Ley de la Propiedad Industrial).

De todo lo antes señalado se desprende que los nombres comerciales:

- No requieren registro.
- La protección abarca la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa, si existe difusión masiva y constante a nivel nacional.



- Se deberá de publicar en la gaceta para que produzca efectos jurídicos (mensualmente surten efectos frente a terceros a partir del día siguiente al de su publicación).
- Dirigido a un giro determinado.
- Duración 10 años a partir de la solicitud.
- En la transmisión de una empresa comprende el derecho de uso de nombre comercial salvo estipulación en contrario.

#### **3.1.4. DE LAS FRANQUICIAS.**

Se trata de conquistar nuevos mercados asumiendo otros niveles de consumo.

El fabricante (franquisiador) centra sus esfuerzos en la eficiencia del proceso productivo, abandonando la tarea de la comercialización en manos de empresarios independientes (franquisiados), ligados a él, sin embargo, por un complejo esquema estipulado, se lleva a cabo el contrato de franquicia.

## **NATURALEZA JURÍDICA DE LA FRANCIA.**

La palabra franquicia originalmente, es sinónimo de privilegio.

A nivel doctrinario, no existe un consenso sobre su conceptualización, siendo en aproximación un contrato por el cual, un comerciante (franquiciante), otorga a otro (franquiciado), la licencia, para que venda productos o servicios de su titularidad.

También se puede decir que es un sistema de distribución comercial llevado a cabo por empresas independientes y con una organización piramidal basada en una relación contractual, la que engloba, la transmisión de la licencia y usos de una marca, asistencia técnica y contable bajo control de otorgante y de conformidad con un método preestablecido por él, en contraprestación de lo cual se paga un canon y otras prestaciones adicionales.

Para algunos autores la franquicia contiene todas las características del contrato de concesión manifestando que son de aplicación las normas reguladoras de la misma y agregando las normas relativas a la transferencia de marcas, designaciones comerciales y tecnología.

Se trata de un contrato (acuerdo de voluntades) que liga dos empresas jurídica y patrimonial independientes, disciplinando las relaciones que

desde ese momento se entablaron entre ambas. Tiene como finalidad facilitar al fabricante la colocación de sus productos o servicios en el mercado, y por lo tanto, a posibilitar a los consumidores el acceso a dichos productos y servicios, proporcionando al distribuidor productos, tecnología, asistencia técnica y derechos de propiedad industrial con resultados ya probados.

Nuestra Ley de la Propiedad Industrial señala que la franquicia existen cuando, con la licencia de uso de una marca, se transmitan conocimientos técnicos o se proporcione asistencia técnica, para que la persona a quien se le concede pueda producir o vender bienes o prestar servicios de manera uniforme y con los métodos operativos, comerciales y administrativos establecidos por el titular de la marca, tendientes a mantener la calidad, prestigio e imagen de los productos o servicios a las que ésta distingue (artículo 142, párrafo 1º. de la Ley de la Propiedad Industrial).

El franquiciante deberá proporcionar al franquiciado, antes de la celebración del contrato respectivo, la información relativa sobre el estado que guarda su empresa (artículo 142, párrafo 2º. de la ley citada con antelación).

Existen sujetos de la franquicia los cuales son: el sujeto activo o franquiciante y el sujeto pasivo o franquiciado.

Por lo que **el sujeto activo o franquiciante**, será la persona física o moral titular de los derechos de propiedad industrial, poseedora de los

conocimientos técnicos, proporcionadora de la asistencia técnica, que desea producir y/o distribuir sus productos o servicios por mediación de un tercero, recibiendo por ello una regalía.

En cuanto al **sujeto pasivo o franquiciado**, podemos decir que es la persona física o moral que desea distribuir y/o producir los productos o servicios del franquiciado, recibiendo de éste el permiso para usar derechos de propiedad industrial, los conocimientos técnicos y asistencia técnica, a cambio del pago de las regalías correspondientes.

Por lo que se puede concluir, que **el objeto** de la franquicia, es el otorgamiento de la licencia de uso de marcas, la transmisión de conocimientos técnicos y/o asistencia técnica, para una adecuada producción, distribución o prestación de servicios mediante el cobro de una regalía.

Existen diversas clases de franquicias, las cuales se pueden clasificar en tres grupos, los cuales son:

- a) De distribución;
- b) De producción, y
- c) De servicio.

En la **franquicia de distribución**, el franquiciador se limita a conceder al franquiciado una exclusiva de distribución o venta de sus productos o

servicios, para que comercialice en un establecimiento dotado de sus distintivos; el establecimiento de franquiciado es simplemente un canal por medio del cual afluyen a los consumidores los productos portadores de la marca del franquiciador, por lo regular, suele ser un fabricante, que se sirve de la cadena franquiciada para llegar al mercado, aun y cuando también puede ser un mayorista, al cual en este caso se le llama difusor.

La **franquicia de producción**, es esta el franquiciado queda autorizado, conforme a las indicaciones del franquiciador y con el fin de la venta, a fabricar el correspondiente producto, es decir, le proporciona la asistencia técnica, la marca y en algunos casos, los materiales utilizados en la fabricación o la patente sobre la que se basa.

Y por último en la **franquicia de servicios**, el franquiciado ofrece un servicio bajo los distintivos y el nombre comercial, incluso la marca del franquiciador y conforme a la directiva de éste, es decir, el franquiciador le establece al franquiciado como es que debe de distribuir los productos que se encuentran dentro de la franquicia.

Como ya lo mencionamos líneas anteriores la franquicia es un contrato, el cual debe contener las siguientes cláusulas:

a) Precisar la clase de franquicia que va a ser adoptada y, dentro de ella, el sector económico concreto al que se referirá la actividad concertada, es decir, el área de actividad que va realizarse dentro de la franquicia.

b) Relativas a los bienes de propiedad industrial, estas cláusulas obligan al franquiciado a utilizar en los límites de la licencia y registrando su titularidad, las patentes, registros de modelo, de diseño industrial, marcas y demás signos distintivos del franquiciador, haciendo de él un uso confidencial y reservado.

c) Debe designar los derechos, debiendo el franquiciador llevar a cabo una serie de estudios relativos al emplazamiento del punto de venta y al diseño de las instalaciones, en tal virtud, se calcula el potencial de ventas en función de la población, teniendo en cuenta un posible crecimiento.

d) En cuanto a las cláusulas relativas a los productos o servicios, se establecen las siguientes:

1.- Abastecimiento exclusivo, en esta cláusula, el franquiciado se obliga a vender sólo los productos del franquiciante, esto es, efectuar adquisiciones de otras franquiciadas, de empresas relacionadas por el franquiciador y designadas expresamente en el contrato como proveedores o finalmente de empresas elegidas por el franquiciado y aprobadas por el franquiciador.

2.- Referente al mínimo obligatorio de las mercancías y cuota de reventa, se determinan cuantitativamente las mercancías que van a ser adquiridas por el distribuidor, pudiendo ser estas la cantidad mínima o cuota proporcional.

3.- Se determina el precio de reventa, es decir, le atribuyen al proveedor la facultad de determinar, de manera más o menos exacta, el precio de reventa de los productos o servicios objeto del contrato, lo cual se traduce en vender el producto o prestar el servicio al precio impuesto por el franquiciador.

4.- Cuando ya está vencido el contrato de franquicia, el franquiciador puede quedarse con un stock sobrante, lo cual representaría una pérdida importante, por lo que se puede llegar a dos pactos: la autorización del franquiciador de venderlos o una obligación al franquiciador de recomprar la mercancía.

La duración pactada puede ser determinada o indeterminada, aunque la más usual es la determinada; el pacto en torno a la duración determinada varía de modo general entre uno y diez años.

El franquiciado se compromete a no realizar una actividad comercial idéntica o similar a la contemplada en el contrato, en una zona en la que pudiera entrar en competencia con alguno de los miembros de la red.

Los elementos que hacen esenciales del contrato de franquicia, son los siguientes:

1.- La licencia de marca, hace que el franquiciante sea titular de una marca sobre un producto o servicio, ya que la clientela es atraída por el renombre y prestigio de la misma, y el franquiciado además de utilizar su marca, utiliza también sus signos y símbolos distintivos, juntamente con una serie de normas con relación a la forma de actuar del franquiciado, en cuanto a la actividad y administración a desarrollar.

2.- Transferencia de un know how (habilidad, experiencia), el franquiciante tiene la obligación de poner en práctica al franquiciado con respecto a la conducción, estructura y organización del negocio y este, debe seguir las instrucciones al pie de la letra, logrando una uniformidad en el producto y en la presentación del mismo; puede incluir desde la decoración del local, en cuanto al listado de proveedores y entidades financieras.

3.- Las regalías, sobre estas se debe establecer alguna forma de retribución del franquiciado al franquiciante, ya que se esta frente a un contrato oneroso, en contraprestación a los servicios, asistencia, marca, etc., esto es durante la vigencia del contrato.

4.- El territorio, es decir, la delimitación de un ámbito territorial a favor del franquiciado en donde desarrollara el contrato, el mismo puede ser elemento esencial para el éxito de la operación comercial.



5.- La asistencia del franquiciante al franquiciado, puede estar concentrada en un manual operativo, dependiendo el grado de los términos del acuerdo pudiendo crearse un centro de asistencia y servicio mínimo para los franquiciados que componen la cadencia, donde se brinda información de mercado, técnica o simplemente de compras.

6.- La no competencia y/o las posibilidades de su franquiciante, impidiendo por un lado de forma expresa la posibilidad de que el franquiciante realice negocios competitivos y por otro lado prohibiendo o no la posibilidad de subcontratar.

7.- Confidencialidad, esta consiste en la obligación de un secreto, el franquiciado tiene acceso a información confidencial del franquiciante, prolongándose a un plazo prudente posterior a la conclusión del contrato.

8.- El plazo de duración del contrato, el plazo por lo general las partes tienden a establecer un plazo lo suficientemente largo para recuperar la inversión inicial hecha por el franquiciante, las partes pueden rescindir sin causa y en cualquier tiempo.

Las partes que forman parte de la franquicia, tienen derechos y obligaciones las cuales son:

**Del franquiciante:**

- Otorgar el derecho de explotar una unidad comercial u operativa en la franquicia.
- Suministrarle al franquiciado las técnicas e instrucciones y el sistema para operar.
- Otorgarle al franquiciado la licencia para la utilización de nombre, marcas, emblemas, etc.
- Proporcionarle los manuales que contengan un detalle de los sistemas y procedimientos de operaciones de la franquicia de que se trate.
- Proporcionarle especificaciones de relaciones con terceros, clientes, publicidad, promoción, diseño y equipamiento del local o locales, pautas contables, cursos de capacitación del personal, seguro de los bienes, atención al público.
- Suministrarle productos y servicios.
- Limitar o vetar la elección de los locales.

- Actos de fiscalización o control del cumplimiento de las condiciones pactadas en el contrato de franquicia.
- Establecer condiciones para la revocación o extinción del contrato y sus causales.

Las obligaciones del franquiciado son las siguientes:

- Pagarle al franquiciante una tasa inicial por entrar a la cadena, adquiriendo el derecho de utilización de la franquicia.
- Pagarle al franquiciante una regalía periódica, calculada en función de la venta bruta del negocio franquiciado.
- Ajustarse a todas las instrucciones de comercialización y técnicas del franquiciante.
- Adquirir la licencia de utilización de nombre, marca, etc.
- Dar cumplimiento al programa de entretenimiento dictado por el franquiciante.
- Guardar la debida reserva, secreto, de toda la información suministrada por el franquiciante.

- Satisfacer los soportes porcentuales oportunamente convenidos para las campañas publicitarias.
- Dar intervención al franquiciante en la elección de local o locales en donde se va a establecer la franquicia.
- Aportes para la elección y puesta en marcha del local.
- Ajustar el sistema informático y contable a los requerimientos del franquiciante.
- Dar cumplimiento a la normativa vigente que regule los distintos aspectos que hacen a la operatividad de la franquicia.
- Mantener el esquema de atención al público.
- No ceder ni subfranquiciar.
- Abstenerse de seguir utilizando el nombre y/o la marca una vez concluida la relación contractual.

El contrato de franquicia tiene ventajas e inconvenientes, como por ejemplo las ventajas para el franquiciante, es que el franquiciado corre con los gastos de inversión, la expansión se produce con personal ajeno (a través de la

apertura de sucursales exigirá un incremento de la plantilla de la empresa, con el consiguiente incremento de costos de personal), creación de una fuerte imagen de marca (se producirá un efecto multiplicador que fortalecerá la presencia de la marca franquiciante en el mercado), no será necesario un control tan directo de la gestión (su interés en el éxito de la empresa es mayor al haber invertido su capital y su trabajo en la misma), facilidad para acceder a mercados exteriores (pudiendo desarrollarse en otros países a través de la franquicia), mejor planificación de las funciones de fabricación y aprovechamiento.

Los inconvenientes son la integración en un red de franquicia representará que soportar unos costos adicionales que no se encontrarían en el caso de apertura de un comercio independiente; el franquiciado tendrá un margen reducido de creatividad ya que todos los aspectos de la explotación del negocio están predefinidos por el franquiciante y estipulados en los manuales; pueden darse limitaciones para la venta o traspaso del negocio.

### **3.1.5. DE LAS MARCAS.**

#### **Naturaleza jurídica.**

La protección de los signos distintivos tienen una base diferente de las invenciones industriales y las creaciones artísticas; estos signos tienen como fin acercar a la clientela, recomendar los productos o el comercio de un

establecimiento. Es necesario evitar que los competidores usurpen los distintivos tomados o creados por industriales.

Algunos autores consideran la **marca** como un derecho absoluto para los cuales fueron depositadas y poner dichos objetos así marcados en el comercio; también se le confiere poder para transferir a otros la misma marca y de prohibir a los demás el servicio de esta facultad, es decir, confiere a su titular un poder, para su explotación exclusiva.

“Beier y Reimer definen a la **marcar** como todo signo o medio material que pueda servir para distinguir mercancías, productos o servicios de una persona física o moral, de las mercancías, productos o servicios de las demás.”

Podemos definir la **marca**, como el signo exterior, facultativo, original, nuevo, independiente, lícito, limitado y exclusivo, que siendo distintivo de los productos que fabrica o vende una persona física o moral, o señal de garantía para el consumidor, una protección para el empresario.

El artículo 88 de la Ley de la Propiedad Industrial , define a la marca como todo signo visible que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado, es decir, los signos distintivos de los artículos fabricados o vendidos por una empresa, que los distingue de los de su especie, también son los derechos exclusivos al registrarse ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

El objetivo principal de las marcas es que puedan ser distinguidas fácilmente de otras similares y así fomentar el incremento de la demanda del producto por parte de aquellos grupos que aprecian sus peculiares cualidades.

Para la identificación de las mercancías se utilizan las marcas, signos puestos sobre ellas o sus envolturas, y que pueden consistir en el mismo nombre del comerciante o de la negociación o en cualquier otra designación peculiar de fantasía.

Para facilitar la comprensión y el análisis de las marcas, se clasificarán en:

- **Materiales:** que son las visibles y palpables, como lo son las etiquetas, grabados, etc.
- **Inmateriales:** como marcas auditivas, gustativas o aromáticas
- **Bidimensionales:** son las etiquetas, impresos o dibujos.
- **Tridimensionales:** figuras, envases, etc.
- **Nominativas:** consistentes en una o varias palabras, o números, susceptibles de leerse y pronunciarse.

- **Emblemáticas:** son los símbolos, dibujos, emblemas, fotografías o logotipos.
- **Mixtas:** que comprenden la combinación de las dos anteriores.
- **Marca para amparar productos:** que protege artículos o cosas tangibles, como refrescos, automóviles, cigarrillos, muebles, etc.
- **Marca para servicios:** que como su nombre lo indica protege intangibles, como a los restaurantes, de taller mecánico, de hotel, de entretenimiento, de servicios profesionales de asesoría legal.
- **Nacionales:** son aquellas registradas en México, sin importar si el titular es nacional o extranjero.
- **Extranjeras:** son aquellas marcas registradas en otro país que circulan en México, estando o no registradas, si la entrada al mercado mexicano fue en volumen y condiciones que hayan provocado su notoriedad, también lo son las marcas registradas en su país de origen que se registran en México, garantizando al titular que su marca no sea otorgada a un tercero.
- **De fábrica:** son aquellas marcas que sirven para identificar los productos del industrial o fabricante.



- **De comercio:** son aquellas que no son de fábrica, pero que se relacionan con las actividades del comercio, como puede serlo la marca de un comerciante que mande, maquilar productos a varios fabricantes y los venda todos bajo su marca.
  
- **Marcas notorias:** son aquellas que son suficientemente conocidas por las personas que usualmente tienen relación con este tipo de productos, aunque para que se dé la notoriedad, la misma debe entenderse que se produce en el país de registro (como por ejemplo Coca-Cola).
  
- **Marcas mundialmente conocidas:** son aquellas que por virtud de la propaganda, que se realiza por medios impresos como revistas, carteles y por radio o televisión, es decir, se conocen en todo el mundo, pero no se pueden considerar notorias.
  
- **Marcas simples:** con aquellas que se utilizan por una o varias personas físicas o morales para proteger un producto o servicio determinado (por ejemplo Nissan, para amparar vehículos o talleres automotrices).
  
- **Marcas colectivas:** son las que solicitan para proteger a asociaciones de productores, de fabricantes o de prestadores de servicios, es decir, se trata de marcas para distinguir gremios, para proteger los servicios de asesoramiento inmobiliario de varios corredores de bienes raíces unificados para mejorar sus ingresos.

- **Marcas obligatorias:** son aquellas que se registran por exigencia de la autoridad, previa publicación de la declaratoria correspondiente en el Diario Oficial.

El artículo 89 de la Ley de la Propiedad industrial, establece los signos que pueden constituir una marca, los cuales son:

I.- Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;

II.- Las formas tridimensionales;

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

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

El registro de una 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 (artículo 95 de la Ley de la Propiedad Industrial).

El titular de una marca registrada, puede autorizar a una o más personas como usuarios de la misma, también puede transmitirla conforme a la Ley (puede negociarse), de ahí que la doctrina también las considera como cosa mercantil. La Ley de Propiedad Industrial, en su Artículo 223 fracción II, sanciona la falsificación, la imitación y el uso ilegal de las marcas; la sanción será de dos a seis años de prisión, multa de diez mil días de salario mínimo vigente en el Distrito Federal (artículo 223-bis de la Ley de la Propiedad Intelectual).

## **CAPÍTULO CUATRO**

### **NORMATIVIDAD PROTECTORA DE LAS EMPRESAS**

#### **4.1 LA EMPRESA EN DIVERSAS LEGISLACIONES**

##### **4.1.1 ÁMBITO CIVIL**

En este renglón debemos citar que la empresa, dentro de la hacienda, tiene diversos derechos patrimoniales, dentro de los cuales tiene el derecho civil de propiedad respecto de los locales, es decir, donde se encuentran ubicados sus locales; por tal razón, para la empresa se mencionan sus derechos en el Código de Comercio y en el Código Procesal Civil.

A la negociación o empresa, alude el Código Civil en materia Federal para el Distrito Federal, como queda establecido en los artículos 556 y 1772, que regulan su enajenación MORTIS CAUSA y en los artículos 1923 y 1924 en el tema de OBLIGACIONES, RESPONSABILIDAD CIVIL EXTRA CONTRACTUAL.

Por su parte, el Código de Procedimientos Civiles y el Código Federal de Procedimientos Civiles, hace alusión al embargo o secuestro de la negociación mercantil o empresa en los artículos 55 y 460. Ambas normas confieren al depositario-interventor, que se hubiese designado en la diligencia de

embargo de vigilar las compras y ventas, así como de nombrar personal auxiliar para el desempeño de su cargo.

Por otra parte, el Código de Procedimientos Civiles de nuestro estado, determina el artículo 475 fracción VII, la prohibición de embargo sobre el equipo de la negociación mercantil aduciendo que la negociación mercantil o empresa solo podrá ser intervenida.

#### **4.1.2           ÁMBITO MERCANTIL**

En el Derecho Mercantil, la empresa está reconocida como negociación mercantil. Y como tal, varias leyes mercantiles se refieren a esa entidad, como la Ley de Navegación, en su artículo 127, que contiene la definición de dicha institución en su párrafo primero, así como al empresario en el mismo artículo. Pero en su párrafo segundo, y al patrimonio o hacienda de la negociación o empresa marítima en sus artículos 107, 129 y 132.

“Empresa marítima es el conjunto de trabajo, de elementos materiales y de valores incorpóreos coordinados para la explotación de uno o más buques en el tráfico marítimo” (Artículo 127): naviero, indica el segundo párrafo del mismo artículo es: “el titular de una empresa marítima”; el buque o navío, que, con sus pertenencias y accesorios, constituirá la fortuna de mar (Artículo 132), que constituye una universalidad de derecho (Artículo 107) y que puede ser objeto de

enajenación, traspaso, arrendamiento, operaciones que deben inscribirse en el Registro Público Marítimo Nacional (Artículo 96, fracción I); además de la explotación de buques que sean de nacionalidad mexicana puede protegerse contra la competencia desleal de empresas extranjeras.”

La derogada Ley de Quiebras, artículos 200, 201 y 321, en el Derecho Concursal, y en muchas otras se basan y suponen la empresa como elemento especial para la realización de las actividades que regulan.

Nuestro viejo Código de Comercio, también omiso en cuanto al concepto y la regulación de las empresas y sus elementos, se refieren a ella de manera expresa en 7 de las 23 fracciones que enumera los actos de comercio en su artículo 75, fracciones V a XI. Estos actos son, de modo general, realizados por empresas, ya en su constitución, ya en su funcionamiento o explotación. Desde un punto de vista económico, “la empresa es la organización que tiene como función coordinar los factores económicos de la producción: la naturaleza, el capital y el trabajo; y con miras a satisfacer las necesidades del consumo, es decir, para llevar una función de interposición en la circulación de las riquezas.”<sup>18</sup>

Siguiendo el parecer de Vivante, este concepto económico de empresa puede aceptarse en sentido jurídico; pero algunos autores estiman que la empresa desde el punto de vista jurídico es la organización del trabajo ajeno.

---

<sup>18</sup> PUENTE Y FLORES, ARTURO y CALVO MARROQUÍN, OCTAVIO. “*DERECHO MERCANTIL. BANCA Y COMERCIO S. A.*” México, D.F. 1988. p. 18 y 19.

La fracción V dice: Empresas de Abastecimientos y Suministros. El abastecimiento no es más que la provisión, generalmente periódica, de víveres, forrajes, municiones, material sanitario, servicios, aguas, lo que en último término también es el suministro, por lo que es redundante la redacción de dicha fracción. Para distinguirlo de la compraventa mercantil de cosas que no se entregan desde luego, que es el contrato al que más se asemeja, y en este punto encontramos que, aunque el suministro comprende a veces la entrega de artículos a tiempo determinado, su esencia no es esta entrega de efectos, sino el servicio prestado por la empresa de hacer precisamente esta entrega, de un modo seguro y cierto, y en las condiciones estipuladas, de cosas y efectos que se estiman ya o que se van a adquirir posteriormente por ella a fin de cumplir sus compromisos.

La fracción VI dice: Empresas de Construcciones y Trabajos Públicos y Privados. Son las que tienen por objeto la construcción de determinadas obras, la demolición y transformación de inmuebles, la construcción de edificios, carreteras, canales, puentes y acueductos, pavimentos. Estas empresas tienen el carácter de mercantiles aún cuando el organizador de los factores económicos de la producción, no ministre los materiales propios para la obra, pues bastará el lucro que obtienen por su interposición mediante el uso de su maquinaria y útiles, para darle aspecto mercantil a su actividad.

La fracción VII dice: Empresas de Fábricas y Manufacturas. Estas tienen por objeto una labor de transformación de materias primas, ya en su estado natural o trabajadas, para ponerlas en condición de ser aprovechadas en el

consumo y en esto consiste la labor de interposición del empresario, que no realizan, por ejemplo, el obrero que vende su trabajo, ni el artesano que compra artículos para enajenarlos después de la ejecución del trabajo que los transforma.

La fracción VIII dice: Empresas de Transporte de Personas o Cosas por Tierra o por Agua y las Empresas de Turismo. Son las primeras aquellas que se organizan con el fin de transportar personas o mercaderías de un lugar a otro, ya sea por tierra, mar o aire y por cualquier procedimiento de locomoción. En nuestro derecho, el contrato de transporte puede ser mercantil aunque no se practique por empresas, según lo establece el artículo 576 del Código de Comercio, al considerarlo mercantil cuando tiene por objeto el transporte de mercaderías u objetos de comercio, o cuando se realiza por un comerciante, o persona dedicada a hacer transporte para el público.

Las empresas de turismo, son las que tienen por objeto la prestación de servicio a las personas que con propósito de recreo incursionan de un lugar a otro del mismo o diversos países.

La fracción IX dice: Las Librerías y las Empresas Editoriales y Tipográficas. Segunda opinión de Tena, el enunciado: “las librerías” debe entenderse como empresa de librería; pues según el, debido a un error a causa de la ligereza con que los autores del Código tradujeron del Código Italiano, del cual



se tomó esta fracción, en la parte relativa que se refiere a empresas de librerías, se omitió el vocablo empresas.<sup>19</sup>

Estas empresas de librerías tienen por objeto la divulgación y suscripción de obras y publicaciones periódicas, así como ser comisionistas de casas editoras o depositarias de obras para su venta al público y para ser devueltas a su propietario, al cabo de un cierto tiempo, cuando no se realiza esa venta.

Las empresas editoriales tiene por objeto publicar y difundir producciones del espíritu, adquirir los derechos exclusivos del autor, mediante un contrato llamado de “edición”, que es un contrato *sui generis* o especial, que no es, ni una venta de obras, ni un arrendamiento del derecho exclusivo a publicar dichas obras. La empresa tipográfica se limita a una labor de impresión de las obras del espíritu.

La fracción X dice: Las Empresas de Comisiones, de Agencias, de Oficinas de Negocios Comerciales y Establecimientos de Ventas en Pública Almoneda. En ésta fracción se incluyó a las empresas de comisiones en lugar de haberse incluido en la fracción XII.

---

<sup>19</sup> GIRÓN TENA, JOSÉ. “DERECHO MERCANTIL MEXICANO”. TOMO I. Ed. Porrúa. México. 1938. p. 70

Por agencias u oficinas de negocios, que son una misma cosa, debe entenderse las organizaciones que se dedican a una labor de coordinación entre los factores de la producción: capital y trabajo, acercando a quien ofrece con quien pide e interponiéndose en esa forma, en la conclusión de los negocios. El carácter mercantil de esta actividad solo se justifica legalmente, pero no doctrinariamente, pues en teoría, puede ser tanto un acto civil como un acto mercantil.

Los establecimientos de ventas en pública almoneda no vienen a ser, en último término, más que agencias de negocios, que operan en esta actividad especial, pero la ley mexicana, sin ninguna razón, las considera en un rubro aparte de las agencias de negocios.

Si nuestro derecho mercantil no es, exclusivamente un derecho sobre la empresa, esta es imprescindible para obtener el concepto de dicha disciplina y para distinguirla de otras ramas del derecho privado, como el derecho civil, o público, como el derecho laboral y el administrativo. La negociación, así mismo, el elemento esencial y característico de esa otra disciplina que tiende a desprenderse del derecho mercantil, el derecho económico.

#### **4.1.3           ÁMBITO LABORAL**

Así como en el derecho mercantil, la negociación o empresa es un dato o elemento fundamental en el derecho laboral.

El artículo 16 de la Ley Federal del Trabajo define a la empresa, para los efectos de las normas del trabajo, como: “la unidad económica de producción o distribución de bienes o servicios...” Múltiples disposiciones de la misma ley invocan a la negociación como el supuesto más frecuente de la prestación de servicios, entre otras, los artículos 11, respecto de los representantes del patrón, el artículo 13 dice: “empresas establecidas que contraten trabajos para ejecutarlos como elementos propios”, el artículo 15 habla de las empresas que ejecuten obras para otros; en tanto que el artículo 184 determinadas “condiciones de trabajo contenidas en el contrato colectivo que rija a la empresa”, el artículo 285 habla de agentes de comercio, de seguros, vendedores, vigilantes... que son trabajadores de la misma empresa a las que presten sus servicios cuando su actividad sea permanente.

La Suprema Corte, en relación con la Ley Federal del Trabajo de 1931 en su artículo 41, se ha encargado de precisar, desde hace más de 50 años, que la disposición se aplica fundamentalmente a las empresas que se transmiten como unidad económica y que continúen operando.<sup>20</sup>

#### **4.1.4           ÁMBITO FISCAL**

Hace más de 50 años que la Ley del Impuesto sobre la Renta reconoció la empresa, y que su patrimonio podría ser objeto de tráfico jurídico.

---

<sup>20</sup> BARRERA GRAF, JORGE. “INSTITUCIONES DE DERECHO MERCANTIL” Ed. Porrúa. México. 1997. p. 83

En virtud de la reforma del 03 de diciembre de 1993, el artículo 2º de dicha ley gravaba con cédula II al “arrendamiento de negociaciones comerciales, industriales y a las agrícolas” y la ley referida que regía a partir de 1954, definía a la empresa (artículo 125 fracción XII párrafo segundo), como el “Conjunto de bienes organizados con fines de lucro que requiere para producir ingresos, materia prima, maquinaria, elemento humano y gastos de operación o alguno o algunos de estos factores.”

En el Derecho Fiscal vigente, ya no se define a la negociación o empresas, sino que solamente se enumeran las actividades empresariales, y en función de ellas se debe inferir su concepto (Artículo 16 fracción VI del Código Fiscal de la Federación)

El artículo comentado define y enumera las actividades:

I. **LAS COMERCIALES**, que son las que de conformidad con las leyes federales tienen ese carácter y no están comprendidas en las fracciones siguientes.

II. **LAS INDUSTRIALES**, entendidas como la extracción, conservación o transformación de materias primas, al acabado de productos y la elaboración de satisfactores.

III. **LAS AGRÍCOLAS**, que comprenden las actividades de siembra, cultivo, cosecha y la primera enajenación de productos obtenidos.

IV. **LAS GANADERAS.**

V. **LAS DE PESCA.**

VI. **LAS SILVÍCOLAS**, siempre que, en los tres casos últimos los productos relativos “no hayan sido objeto de transformación industrial.”

#### **4.1.5 ÁMBITO CONSTITUCIONAL**

Nuestra Carta Magna se refiere a la empresa en forma expresa o bien implícitamente en sus artículos 25, 26, 27 y 28. Estas disposiciones se refieren al aspecto económico de la misma y que se regula por las legislaciones secundarias o especiales como los planes y programas mencionados en los 2 últimos párrafos del artículo 26 constitucional, fracciones 29 y 30.<sup>21</sup>

---

<sup>21</sup> WITKER, JORGE. “*DERECHO ECONÓMICO*”. Ed. Harla. México. 1985. p. 60

La rectoría del desarrollo nacional, el “fomento al crecimiento económico”, la planeación de conducción, coordinación y orientación de la actividad económica nacional que corresponden al estado, según el artículo 26 párrafo primero y segundo, se llevan a cabo, fundamentalmente, a través de empresas o negociaciones mercantiles y ello, en los 3 sectores que enumeran el párrafo tercero: el público, el social y el privado.<sup>22</sup>

Respecto al primer sector, el párrafo quinto del mismo artículo 26, le atribuye “de manera exclusiva”, las áreas estratégicas que se señalen en el artículo 28 párrafo cuarto y quinto de la Constitución. (Acuñaación de moneda, telégrafos, electricidad, petróleo)

En cuanto a los sectores social y privado, el párrafo quinto del artículo 25 habla expresamente de “las empresas” de esos 2 sectores, que estarán sometidas a “las modalidades que dicte el interés público y al uso, en beneficio general, de los recursos productivos, cuidando su conservación y medio ambiente.”

El artículo 27 fracción IV refiere a la empresa cuando respecto a la sociedad por acciones que sea su titular, y que se constituya con la finalidad de “explotar cualquier industria fabril, minera o petrolera o para algún otro fin que no

---

<sup>22</sup> GIL VALDIVIA, GERARDO. “ASPECTOS JURÍDICOS DEL FUNCIONAMIENTO PÚBLICO. UNAM” Ed. Porrúa. México. p. 181

sea agrícola” (es decir, cualquier clases de empresas mercantiles), limita el derecho para adquirir o administrar terrenos y la fracción V respecto a los bancos.

Por otra parte, el artículo 123 constitucional, alude a la empresa varias veces, tal como la fracción IX tocante al derecho de los trabajadores de participar en las utilidades de las empresas (Artículo 117 y siguiente de la Ley Federal del Trabajo); igualmente la fracción XVI que concede a obreros y empresarios “el derecho de coaligarse en defensa de sus intereses”; así mismo, la fracción XVII, que vela por el derecho de huelga de los trabajadores y el paro de los empresarios.

## **4.2                   NORMAS PROTECTORAS FRENTE A LA COMPETENCIA DESLEAL**

El sistema capitalista tiene como principio la libertad económica y por ello crea muchas leyes para lograrla, pero con el correr del tiempo se vio también necesidad de imponer limitaciones a la actividad mercantil para proteger los legítimos derechos del comerciante contra prácticas repudiables como la falsificación, la divulgación de información para desprestigiar la competencia, etc. La competencia es el modo natural de manifestarse la libertad económica y la iniciativa del empresario y, en consecuencia, es la base del sistema capitalista. Libertad y competencia se han hecho términos sinónimos. El hombre moderno tiene arraigada en su mente la idea de competencia y la considera un bien

adquirido que debe protegerse, por un lado, contra los procedimientos de competencia desleal, y de otro, contra los monopolios y los actos restrictivos de la competencia libre.

Competencia, en general, significa coincidencia o concurrencia en el deseo de conseguir la misma cosa; el uno aspira alcanzar los mismos que aquel otro y viceversa. Cuando el objetivo que se persigue es económico, estamos dentro de la competencia mercantil, la cual puede definirse como la actuación independiente de varias empresas para conseguir cada una de ellas en el mercado, el mayor número de contratos con la misma clientela, ofreciendo los precios, las calidades o las condiciones contractuales más favorables. La base de la libertad es la libertad de actuación económica. Los empresarios han de decidir libremente respecto del precio, calidad y condiciones de los productos que ofrecen. Del mismo modo los adquirentes han de tener la libertad de elección respecto a cada uno de los elementos, no cabe competencia libre en el sentido de competencia ilimitada o anárquica, sin más norma que la voluntad de omnímoda de los competidores porque la competencia es un fenómeno jurídico aunque los móviles sean económicos.

El ordenamiento jurídico establece normas relativas a la competencia en un doble sentido. Por una parte, las normas sobre restricciones de la competencia que presuponen la falta de libre competencia y tratan de restaurarla, eliminando obstáculos que las perturban. Por otra parte, las normas sobre competencia ilícita, que presuponen, por el contrario que la libre competencia



existe y tratan de encauzarla por la ética y el derecho. En un caso se quiere asegurar el respeto a la competencia misma. En el otro se quiere asegurar la corrección en el ejercicio de la competencia. La competencia desleal también puede llamarse en algunos casos competencia prohibida. Si a ésta le afecta cualquier acontecimiento legal o contractual la competencia será ilícita y las consecuencias de la infracción se desenvolverán en el cauce previsto por la ley ya sea por prohibición de competir o por indemnización por daños y perjuicios ajenos al cumplimiento de algún contrato.

Quando se habla de competencia desleal no se refiere a la resultante de la infracción de una cláusula legal o contractual que limite la concurrencia sino al caso de competencia entre dos empresas que no los tienen.

En la edad media eran los mismos gremios o corporaciones los que ponían caso a las extralimitaciones en la competencia mercantil, y siendo la actividad industrial un privilegio, el estado se encargaba de reprimir la competencia desleal administrando prudentemente al traspaso de derecho. En el siglo XIX la libertad industrial proclama la protección contra los comerciantes que ejercen la competencia desleal.

Se entiende por competencia ilícita toda tentativa de aprovecharse indebidamente de las ventajas de una reputación industrial o comercial adquirida por el esfuerzo de otro que tenga su propiedad al amparo de las leyes existentes. La limitación de la ley se limita entonces a los titulares de las empresas que hayan

inscritos los derechos conexos a la explotación ya sea del nombre, marca, patente, etc., en el registro de comercio. El sistema legal equivale a una invitación a la competencia desleal contra los comerciantes que no inscribieron su derecho en el registro de comercio.

La competencia desleal es un delito penal que abarca aquellas transgresiones en materia de propiedad industrial que consistan en falsear la indicación de procedencia, falsificar patentes de invención o marcas, dibujos o modelos de fábrica, usurpar dichos derechos o el nombre comercial. Si es un deber legal, se restringirá extraordinariamente el ámbito de aplicación de las normas represivas, porque, generalmente, el acto de competencia desleal no viola ninguna ley: consiste más bien en un abuso del propio derecho.

La mayoría de los actos de competencia ilícita se configuran como delitos de carácter continuo o sea aquellos cuya consumación no se agota en un instante sino que se prolongan sin interrupción en el tiempo. Por ejemplo publicar anuncios o reclamos que tiendan a depreciar la calidad de los productos de un contrincante.

Los supuestos legales de competencia ilícita se dividen en cinco grupos:

Engaño al público en general o a personas determinadas mediante:

- El soborno de los empleados del cliente para inducirlo a error sobre los productos o servicios suministrados.
- Falsedad sobre el origen o calidad de los productos o servicios, o acerca de premios y distinciones obtenidos por los mismos.}
- Actos que tienden a producir confusión con los productos de otro competidor, es decir, empleando envases, inscripciones o cualquier otro medio que atribuya apariencia de legítimos a los productos falsificados o alterados.
- Propagar acerca de las causas que tenga el vendedor para ofrecer condiciones especiales, noticias falsas que sean capaces de influir en el propósito del comprador, como anunciar ventas procedentes de liquidaciones, quiebras o suspensiones sin que existan realmente. Las mercancías compradas en una quiebra, suspensión o liquidación no podrán ser revendidas con anuncio de aquella circunstancia.
- Efectuar realizaciones en las que los artículos puestos a la venta no sean a precios que impliquen una rebaja efectiva frente a los productos anteriores.

- Perjudicar directamente a otro comerciante sin infringir obligaciones contractuales para con el mismo por medio de:
  - Uso indebido de nombres comerciales, emblemas, muestras avisos, marcas patentes y otros elementos de una empresa o de sus establecimientos.
  - Propagación de noticias capaces de desacreditar los productos o servicios otra empresa.
  - Soborno de los empleados de otro comerciante para que le retiren la clientela.
  - Obstaculización del acceso de la clientela al establecimiento de otro comerciante.
  - Comparación directa y pública de la calidad y precios de las propias mercancías o servicios con los de otros empresarios señalados nominativamente o en forma que haga notoria su identidad.
  - Perjudicar directamente a otro comerciante faltando a los compromisos contraídos en un pacto de limitación de competencia.
  - Aprovechar los servicios de quien ha roto su contrato de trabajo a invitación del comerciante que le de nuevo empleo.
- Cualquier otro acto análogo encaminado o dirigido directamente o indirectamente a desviar la clientela de otro comerciante.

La lista legal de actos de competencia desleal es insuficiente a las exigencias del tráfico actual, en que las condiciones, cada vez más duras de la lucha de captación de clientes, derivan lamentablemente hacia procedimientos desleales.

#### **4.2.1 LA PUBLICIDAD COMO INSTRUMENTO DE COMPETENCIA DESLEAL**

La publicidad constituye hoy el instrumento predilecto de la competencia mercantil. Los competidores se valen de la prensa, la radio, la televisión, circulares, avisos en la vía pública, de mil modos y maneras que sean aptos para atraer la atención sobre los productos que fabrica el industrial o vende el comerciante. Podríamos decir que casi todos los procedimientos que la lucha por el cliente ha imaginado se han puesto en práctica a través de la publicidad.

Se define como publicidad desleal "la actividad publicitaria dirigida a provocar confusión entre bienes y servicios, la que tiende a producir descrédito de los competidores o de los productos de las mismas y genéricamente, la que sea contraria a las normas de corrección y buenos usos mercantiles".

El principio de la libertad económica propia del derecho mercantil moderno, así como la protección legislativa, más reciente, a la libre competencia, han traído como consecuencia la falta de protección jurídica al interés del

comerciante de eliminar la competencia económica. Se prohíben con carácter general las prácticas que tengan por objeto o que produzcan el efecto de restringir la competencia entre empresarios, ya que favorece al competidor y al público en general que se beneficia de la competencia.

Por lo general la ilicitud de la competencia se deriva de dos supuestos distintos: Por un lado la competencia ilícita sucede cuando la actuación competitiva se lleva a cabo infringiendo una prohibición de competir. Por otro lado la competencia es ilícita cuando se realiza utilizando medios repudiados por la ética profesional por considerarlos desleales. Los comerciantes deben ejercer su trabajo de acuerdo con todas las leyes los usos mercantiles y las buenas costumbres sin perjudicar al público ni a la economía nacional por lo cual el perjudicado puede pedir que cese la conducta ilegal y a exigir la reparación del daño causado.

#### **4.2.2 COMPETENCIA PROHIBIDA**

La prohibición de competir puede fundarse en un contrato o en la ley.

Generalmente en el comercio el pacto de no realizar la competencia al otro contratante es normal como por ejemplo el aspecto negativo de la obligación positiva de transmitir la clientela, otras veces con motivo de la separación de un socio o de un dependiente de la empresa, a quien se impone la

abstención de concurrir con la empresa a que perteneció. Los socios de la empresa deben acordar estos asuntos en el acta constitutiva de la sociedad y determinar si los conflictos que puedan surgir en la interpretación se resolverán por los tribunales o por árbitros. Otras veces se trata de convenios entre empresas dedicadas al mismo género de comercio y que tienden a evitar entre ellos la competencia.

Podemos decir también que se prohíbe con carácter general las prácticas que tengan por objeto impedir o limitar la competencia en todo o en parte del mercado nacional.

Sobre este tema cabe decir las afirmaciones siguientes:

- Las prohibiciones de competir que constituyan consecuencias implícitas en la naturaleza de negocios jurídicos son inadmisibles, ejemplo típico es la venta de una empresa.
- Los pactos que reglamenten modalidades referentes a la cantidad y calidad de la producción o de las características de los servicios prestados al público.
- Cuando los actos de competencia desleal perjudiquen los intereses de un grupo profesional, tendrán su respectiva acción correspondiente tanto a los individualmente afectados como a la asociación profesional o cámara de comercio.

### 4.2.3 PROHIBICIONES LEGALES DE COMPETIR

Sin necesidad de pacto, las leyes imponen a veces a determinadas personas una prohibición de concurrencia a favor de determinada empresa. Un ejemplo muy claro son las prohibiciones de competir o de comerciar, fundado en el deseo de proteger el interés privado del titular de una industria mercantil contra personas ligadas a ella en vínculo de sociedad o dependencia. Los sistemas económicos de libre concurrencia comercial plantean al empresario la necesidad de desenvolverse a la actividad que realiza (recursos económicos, prestigio, ubicación del establecimiento, etc.) que le permitan actuar en iguales condiciones. El afán de imponer sus productos o servicios en el mercado en el cual se despliegan conductas no agregadas al juego limpio, requisito necesario para que la competencia se desarrolle de manera normal.

Un comerciante debe realizar algunas acciones preventivas para la competencia desleal:

- Obtener matrícula personal.
- Matricular sus empresas mercantiles en el registro de comercio para que la empresa sea legal.
- Llevar una contabilidad organizada y ordenada y que se lleve ese registro de acuerdo a la realidad de la empresa.



- Inscribir en el registro de comercio los documentos relativos a su negocio y cumplir los demás requisitos de publicidad mercantil que la ley exige.
- Mantener su actividad dentro de los límites legales y abstenerse de realizar actos de competencia desleal.

#### **4.3 NORMAS PROTECTORAS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

La propiedad industrial es una de las dos partes que conforman la propiedad intelectual, la otra es la propiedad autoral que se refiere a los derechos de autor.

La propiedad industrial promueve y protege:

- La realización de invenciones e innovaciones a través de protección mediante patentes, modelos de utilidad, diseños industriales y secretos industriales;
- La creación de signos distintivos como son: Marcas, avisos y nombres comerciales y las denominaciones de origen.
- La protección jurídica de la propiedad industrial estimula a las empresas a emprender mejoras en sus procesos de producción, productos y formas de comercialización que utilizan en

sus actividades de producción y comercialización, para reforzar su competitividad y obtener un mayor beneficio económico, sin verse afectadas negativamente por la copia o imitación no autorizada de las mismas.

El ordenamiento legal que protege la propiedad industrial en México es la Ley de la Propiedad Industrial (LPI) y su reglamento, y la institución encargada de su aplicación es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI). El cual fue creado por decreto presidencial y publicado en el Diario Oficial de la Federación el 10 de diciembre de 1993, como organismo público descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propios. De acuerdo con la Ley de la Propiedad Industrial, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial tiene como atribución fomentar y proteger la propiedad industrial; es decir, los derechos exclusivos que otorga el estado durante un tiempo determinado a las creaciones de aplicación industrial, tales como un producto técnicamente nuevo, una mejora a una máquina o aparato, un diseño original para hacer más útil o atractivo un producto, un proceso de fabricación novedoso, una marca o aviso comercial, una denominación que identifica un establecimiento, o una aclaración sobre el origen geográfico que distingue o hace especial un producto.

Las solicitudes de patente y registros de modelo de utilidad, marcas y diseños industriales se pueden presentar ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial o en las Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), en los diferentes Estados

de la República. Las solicitudes y registros pueden ser solicitadas por el inventor o su causahabiente, es decir, el que adquiere por cualquier título legal los derechos del inventor. Además, en todos los casos pueden ser solicitadas a través de un representante legal.

La ley de la propiedad industrial fue publicada en 1942. Regulaba la propiedad industrial, las patentes de invención y de mejoras, los nombres y avisos comerciales, las marcas, etc., diferenciando las invenciones patentables y las que no lo eran; la exclusividad del propietario de una patente y los derechos para hacerla valer ante los Tribunales.

La ley de invenciones y marcas se expidió en 1975. Regulaba las patentes de invención y de mejoras; los certificados de invención; el registro de modelos; los dibujos industriales; los apoyos y facilidades respecto de los derechos solicitados por los trabajadores, la micro y las pequeñas industrias; el registro de marcas, las de nominaciones de origen; los avisos; los nombres comerciales y la protección contra la competencia desleal.

Actualmente nos rige en esta materia la Ley de la Propiedad Industrial publicada en el Diario Oficial de la Federación el 27 de junio de 1991.

Esta ley tiene por objeto:

- Establecer las bases para que en las actividades industriales y comerciales del país, tenga lugar un sistema de perfeccionamiento de sus procesos y productos.
- Promover y fomentar la actividad inventiva de aplicación industrial, las mejoras técnicas y la difusión de conocimientos tecnológicos dentro de los sectores productivos.
- Proporcionar e impulsar el mejoramiento de la calidad en la industria y el comercio conforme a los intereses de los consumidores.
- Favorecer la creatividad para el diseño y la presentación de productos nuevos y útiles.
- Proteger la propiedad industrial mediante la regulación y otorgamiento de patentes de invención; registros de modelos de utilidad, diseños industriales, marcas y avisos comerciales; publicación de nombres comerciales; declaración de protección de denominaciones de origen y regulación de secretos industriales.
- Prevenir actos que atenten contra la propiedad industrial o que constituyan competencia desleal relacionada con la misma y establecer las sanciones y penas respecto de ellos.

La autoridad administrativa en materia de propiedad industrial será el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, que es un organismo

descentralizado con personalidad jurídica y patrimonio propio, contara las siguientes facultades:

- Coordinarse con las unidades administrativas de la Secretaría de , así como con las diversas instituciones públicas y privadas, nacionales, extranjeras e internacionales, que tengan por objeto el fomento y protección de los derechos de la propiedad industrial, transferencia de tecnología, el estudio y promoción del desarrollo tecnológico, la innovación, la diferenciación de productos, así como proporcionar la información y la cooperación técnica que le sea requerida por las autoridades competentes.
- Participar en los programas de otorgamiento de estímulos y apoyos para la protección de la propiedad industrial tendientes a la generación, desarrollo y aplicación de tecnología mexicana en la actividad económica, así como para mejorar sus niveles de producción y competitividad.
- Formar y mantener actualizados los acervos sobre invenciones publicadas en el país y el extranjero efectuar investigaciones sobre el estado de la técnica en los distintos sectores de la industria y la tecnología.
- Realizar estudios sobre la situación de la propiedad industrial en el ámbito internacional y participar en las reuniones o foros internacionales relacionados con esta materia.

- Actuar como órgano de consulta en materia de propiedad industrial de las distintas dependencias y entidades de la administración pública federal, así como asesorar a instituciones sociales y privadas.

Los órganos de administración del instituto serán la Junta de Gobierno y un Director General, la junta de gobierno se integrará por 10 representantes.

El sistema de propiedad industrial es un conjunto de leyes, reglamentos, decretos y ordenamientos administrativos que la autoridad en la materia (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial) aplica con el propósito de proteger las invenciones e innovaciones, indicaciones comerciales a través de patentes, registros de modelos de utilidad, diseños industriales (dibujos y modelos), así como los esquemas de trazado de circuitos integrados serán registrados y estarán protegidos en términos del Título Quinto Bis de la Ley de la Propiedad Industrial, registro de marcas, avisos comerciales y publicaciones de nombres comerciales, incluidas las denominaciones de origen.

La propiedad industrial es el derecho exclusivo que otorga el estado para usar o explotar en forma industrial y comercial las invenciones o innovaciones de aplicación industrial o indicaciones comerciales que realizan individuos o empresas para distinguir sus productos o servicios ante la clientela en el mercado.

Este derecho confiere al titular del mismo la facultad de excluir a otros del uso o explotación comercial del mismo si no cuenta con su autorización. La protección en nuestro país solo es válida en el territorio nacional; su duración depende de la figura jurídica para la cual se solicita su protección.

La propiedad industrial abarca primordialmente la protección de las invenciones (patentes, modelos de utilidad y diseños industriales) y las marcas (que de acuerdo a nuestra legislación pueden ser nominativas, Innominadas – diseños-, mixtas y tridimensionales, marcas colectivas, avisos comerciales y publicación de nombres comerciales en la Gaceta de la Propiedad Industrial) considerando que estos signos distintivos sirven para proteger productos y servicios, así como la represión de la competencia desleal.

Los primeros tienen ciertos rasgos en común, ya que se garantiza la protección de las invenciones y marcas mediante derechos exclusivos de explotación.

La represión de la competencia desleal no sólo concierne a los derechos exclusivos, sino que se dirige contra cualquier acto de competencia contrario al recto uso en el ámbito industrial o comercial, por ejemplo en relación con la información confidencial (secretos industriales).

La propiedad industrial también abarca la protección de las denominaciones de origen.

### **4.3.1            INVENCIONES**

Se considera invención toda creación intelectual que permite transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza para su aprovechamiento por el hombre a través de la satisfacción inmediata de una necesidad concreta. Quedan comprendidas dentro de las invenciones los procesos o productos de aplicación industrial.

### **4.3.2            PATENTES**

Las patentes han protegido a los inventores y les ha dado la oportunidad de beneficiar a la sociedad, gracias al registro sistemático de nuevos inventos y los cuales han puesto a disposición del público en general, nuevos productos y procesos en beneficio del desarrollo de los países y el bienestar de la comunidad.

El Instituto Mexicano de la propiedad industrial (IMPI) así como las oficinas de propiedad industrial en otros países, son los departamentos y oficinas del gobierno que cuentan con personal especializado, siendo examinadores y abogados que han sido entrenados en todas las ramas de la ciencia, y examinan concienzudamente cada solicitud para determinar si cumple con los lineamientos generales de los inventos y por consiguiente determinar técnicamente si se otorga la patente, una tarea que incluye investigaciones bastante profundas y



exhaustivas. Los examinadores no solo estudian las patentes de nuestro país, sino también la de los países extranjeros para averiguar si ya se ha emitido una patente similar. Si ya ha sido publicada, inventada o utilizada no se puede patentar.

La legislación en materia de patentes ha pretendido convertirse no sólo en un mecanismo de protección de los derechos de su titular, sino también en un mecanismo que permita participar en el desarrollo tecnológico y científico del país, contribuyendo así a una expansión acelerada de la economía. Este aspecto ha sido garantizado por una serie de normas que exigen como requisito para el otorgamiento de una patente, el que el invento tenga una aplicación práctica es decir que no sea algo inútil.

Una patente es una concesión del gobierno por la cual se otorga al inventor el derecho de explotar de manera exclusiva su invención, así como adquiere derechos y por consiguiente acciones para prohibir a terceras personas: fabricar, utilizar, o vender su invento. También se considera a la patente como el derecho de aprovechar, con exclusión de cualquier otra persona, bien un invento o sus mejoras, bien un modelo industrial, como el documento que expide el Estado para acreditar tal derecho. La patente otorga a su titular el derecho exclusivo de explotación a cambio de que introduzca la invención patentada en la industria o en el comercio nacional para que la población se beneficie de esa invención.

La Ley de la Propiedad Industrial establece que el titular de una patente deberá explotarla por sí mismo o a través de un licenciatarlo, bien por la utilización o fabricación del invento en el país o mediante la importación y venta subsecuente del producto patentado u obtenido por el proceso patentado.

#### **4.3.2.1 TIPOS DE PATENTES**

En México existen cuatro tipos que pueden, considerarse patentes:

- Patentes de invención, que se otorgan a los inventores de producto o procesos;
- Modelos de utilidad, que se otorgan a los utensilios, aparatos o herramientas, que presentan funciones novedosas o diferentes a las conocidas;
- Diseños industriales que son la combinación de colores, figuras o líneas que se incorporan a un producto industrial y;
- Modelos o dibujos industriales que se constituyen como forma tridimensional que sirven como molde, tipo o patrón y que le da apariencia especial.

#### **4.3.2.2**

#### **VIGENCIA DE LAS PATENTES**

Las patentes se otorgan por un periodo que comienza en la fecha de concesión y finaliza 20 años después de la fecha en que se solicitó la patente (fecha legal). Asimismo, para la conservación de los derechos que otorga una patente, el titular deberá cubrir los pagos por anualidades que establece la Tarifa por concepto de aprovechamiento por los servicios que presta el Instituto.

#### **4.3.2.3**

#### **TRÁMITE DE SOLICITUD DE UNA PATENTE**

Cuando se desea presentar una solicitud de patente, se sugiere investigar las patentes que han sido otorgadas con anterioridad para asegurarse de que su idea no ha sido patentada. Esto se hace ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI).

El proceso de solicitud de una patente puede llegar a ser complejo y el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial no puede ayudar en la preparación de los papeles de solicitud, es por eso recomendable que los solicitantes contraten los servicios de un abogado especializado en la materia. Las solicitudes son asignadas a examinadores y abogados que son expertos en diferentes campos tecnológicos.

El invento para ser aprobado deberá ser nuevo, útil y no ser obvio para aquellos en la especialidad pertinente.

Una vez que la solicitud cumple con el examen de forma, (Artículo 50 de la Ley) el cual sirve para verificar que los documentos e información necesarios estén debidamente integrados en el expediente de la solicitud de patente o registro.

Cuando es aprobado este examen y transcurridos 18 meses desde la fecha de presentación reclamada en la solicitud de patente, se procede a la publicación de ésta en la Gaceta de la Propiedad Industrial.

Después de la publicación se procede a la realización del examen de fondo, el cual permite constatar que la invención sea patentable, siendo nueva, resultando de una actividad inventiva y aplicable en la industria o en el comercio. Si la solicitud reúne los requisitos de patentabilidad establecidos en la Ley de la Propiedad Industrial, se notifica al solicitante para que proceda a efectuar el pago de la tarifa por expedición de título que incluye la primera anualidad.

Efectuado el pago, se procede a la elaboración y entrega del título correspondiente el cual otorga el derecho a explotar de forma exclusiva la patente.

Deberán pagarse posteriormente las demás anualidades para la conservación de los derechos de propiedad industrial, en el tiempo y forma que señale la tarifa.

Si existen observaciones en el examen de fondo, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial solicitará las aclaraciones correspondientes mismas que deberán ser atendidas en un plazo no mayor de 2 meses. En caso contrario se considerará abandonada la solicitud.

El tiempo promedio en que se otorga una patente en México es de 30 meses.

#### **4.3.2.4 PROTECCIÓN JURÍDICA**

Todos los elementos de la solicitud de patente, tienen efectos jurídicos y pueden afectar la validez y el alcance de la patente. La invención solo está protegida contra el uso no autorizado por su titular en México.

La protección jurídica de los derechos de propiedad industrial únicamente se otorga en el país donde ésta es solicitada y concedida. Si se desea la misma protección jurídica en el extranjero, se puede presentar una solicitud internacional y realizar otros trámites en el contexto del Tratado de Cooperación

en Materia de Patentes (PCT) del cual México es parte a partir del 1 de enero de 1995

Cuando se solicite una patente después de hacerlo en otros países, se podrá reconocer como fecha de “prioridad” la de presentación de aquel en que lo fue primero, siempre que se presente en México dentro de los plazos que determinen los tratados internacionales o dentro de los doce meses siguientes a la solicitud de patente en el país de origen.

#### **4.3.2.5 LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LO REFERENTE A REGISTRO DE PATENTES**

En este apartado se presenta un extracto de la Ley para dar fundamento a los trámites y requisitos en materia de patentes, así como los derechos y obligaciones de los solicitantes.

Artículo 1.- Las disposiciones de esta Ley son de orden público y de observancia general en toda la República, sin perjuicio de lo establecido en los tratados internacionales de los que México sea parte. Su aplicación administrativa corresponde al Ejecutivo Federal por conducto del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Artículo 16.- Lo que no es patentable:

Serán patentables las invenciones que sean nuevas, resultado de una actividad inventiva y susceptible de aplicación industrial, en los términos de la Ley, Excepto:

- Los procesos esencialmente biológicos para la reproducción y propagación de plantas y animales.
- El material biológico y genético tal como se encuentra en la naturaleza
  - Las razas y animales
  - El cuerpo humano y las partes vivas que lo componen y
  - Las variedades de vegetales.

Artículo 18.- La divulgación de una invención no afectará que siga considerándose nueva, cuando dentro de los doce meses previos a la fecha de presentación de la solicitud de patente o, en su caso de la prioridad reconocida, el inventor o su causahabiente hayan dado a conocer la invención, por cualquier medio de comunicación por la puesta en práctica de la invención o porque la hayan exhibido en una exposición nacional o internacional. Al presentarse la solicitud correspondiente deberá incluirse la documentación comprobatoria en las condiciones que establezca el Reglamento de la Ley.

Artículo 19.- Lo que no son invenciones:

No se considerarán invenciones para los efectos de la Ley:

- Los principios teóricos y científicos
- Los descubrimientos que consistan en dar a conocer o revelar algo que ya existía en la naturaleza, aún cuando anteriormente fuese desconocido para el hombre;
- Los esquemas, planes, reglas y métodos para realizar actos mentales juegos o negocios y los métodos matemáticos;
- Los programas de computación;
- Las formas de presentación de información;
- Las creaciones estéticas y las obras artísticas o literarias
- Los métodos de tratamiento quirúrgico, terapéutico o de diagnóstico aplicables al cuerpo humano y los relativos a animales, y
- La yuxtaposición de invenciones conocidas o mezclas de productos conocidos, su variación de forma, de dimensiones o de materiales, salvo que en realidad se trate de su combinación o fusión de tal manera que no puedan funcionar separadamente o que las cualidades o funciones características de las mismas sean modificadas para obtener un resultado industrial no obvio para un técnico en la materia.



Artículo 31.- Serán registrables los diseños industriales que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial. Se consideran nuevos, los diseños que sean de creación independiente y difieran en grado significativo de diseños conocidos o de combinaciones de características conocidas de diseños. La protección conferida a un diseño industrial no comprenderá los elementos o características que únicamente por consideración de orden técnico o por la realización de una función técnica, y que no incorporan ningún aporte arbitrario del diseñador, ni aquellos elementos o características cuya reproducción exacta fuese necesaria para permitir que el producto que incorpora el diseño sea montado mecánicamente o conectado con otro producto del cual constituya una parte o pieza integrante, esta limitación no se aplicará tratándose de productos en los cuales el diseño radica en una forma destinada a permitir el montaje o la conexión múltiple de los productos o su conexión dentro de un sistema modular. No se protegerá un diseño industrial cuando su aspecto comprenda únicamente los elementos o características a que se refiere el párrafo anterior.

Artículo 37.-La tramitación del registro de los diseños industriales se llevará a cabo, en lo conducente, conforme a las reglas contenidas en el capítulo V del presente título, a excepción de los artículos 45 y 52.

Artículo 38.- Tramite: Para obtener una patente deberá presentarse solicitud escrita ante el Instituto, o las Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, en la que se indicará el nombre y domicilio del inventor y del solicitante, la nacionalidad de este último, la

denominación de la invención, y demás datos que prevengan la Ley y su Reglamento, y deberá exhibirse el comprobante de pago de las tarifas correspondiente incluidas las relativas a los exámenes de forma y fondo.

Artículo 38 Bis.- El Instituto reconocerá como fecha de presentación de una solicitud de patente, modelo de utilidad o diseño industrial, a la fecha y hora en que la solicitud sea presentada en el Instituto o en cualquier Delegación o Subdelegación de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, siempre que la misma cumpla con los resultados previstos en los artículos 38, 47 fracs. I y II, 179 y 180 de la Ley.

Artículo 39.- Quién puede solicitar: La patente podrá ser solicitada directamente por su inventor, su causahabiente o a través de representante legal.

Artículo 40.- Cuando se solicite una patente después de hacerlo en otros países se podrá reconocer como fecha de prioridad la de presentación en aquel en que lo fue primero, siempre que se presente en México dentro de los plazos que determinen los Tratados Internacionales o, en su defecto, dentro de los doce meses siguientes a la solicitud de patente en el país de origen.

Artículo 41.- Para reconocer la prioridad a que se refiere el artículo anterior deberán satisfacer los requisitos siguientes:

- Que al solicitar la patente se reclame la prioridad y se haga constar el país de origen y la fecha de presentación de la solicitud en ese país;
- Que la solicitud presentada en México no pretenda el otorgamiento de derechos adicionales a los que se deriven de la solicitud presentada en el extranjero. Si se pretendieren derechos adicionales a los que se deriven de la solicitud presentada en el extranjero considerada en su conjunto, la prioridad deberá ser sólo parcial y referida a esa solicitud. Respecto de las reivindicaciones que pretendieren los derechos adicionales, se podrá solicitar un nuevo reconocimiento de prioridad, y
- Que dentro de los tres meses siguientes a la presentación de la solicitud, se cumplan los requisitos que señalen los Tratados Internacionales, la Ley y su Reglamento.

Artículo 44.- Requisitos de solicitud: Si la solicitud no cumple con el requisito de una sola invención, el Instituto comunicará al solicitante que la divida en varias solicitudes conservando su fecha inicial.

Artículo 45.- Una misma solicitud podrá contener reivindicaciones de:

- Un producto determinado y las relativas a procesos para su fabricación.

- Un proceso determinado y las relativas a un aparato o a un medio concebido para su aplicación.
- Un producto determinado y las de un proceso concebido para su fabricación y de un aparato o un medio especialmente concebido para su aplicación.

Artículo 46.- El proceso y maquinaria o aparatos para obtener un modelo de utilidad o diseño industrial serán objeto de solicitud de patente independientes de la solicitud de registro de estos últimos.

Artículo 47.- Anexos a la solicitud de patente:

- Descripción de la invención, clara y completa para su comprensión cabal. Deberá incluir el mejor método conocido por el solicitante para llevar a la práctica la invención.
- En caso de material biológico, presentar constancia de depósito de una institución reconocida por el Instituto.
- Una o más reivindicaciones claras y concisas que no excedan el contenido de la descripción.
- Resumen de la descripción de la invención.
- Los dibujos que se requieran para la comprensión de la descripción

Artículo 49.- De patente a modelo de utilidad o diseño industrial y viceversa. Dentro de los tres meses siguientes a la fecha de presentación o dentro de los meses siguientes cuando el Instituto lo requiera

Artículo 50.- Examen de forma:

El Instituto podrá requerir que se precise o aclare lo necesario o subsanar omisiones

Artículo 52.- Publicación de la solicitud:

La publicación de la solicitud se hará lo antes posible después de 18 meses a partir de la fecha de presentación o antes a petición del interesado.

Artículo 53. Examen de fondo:

Publicada la solicitud, el Instituto hará el examen de fondo de la invención.

Artículo 54.- El Instituto podrá aceptar o requerir el examen de fondo realizado por oficinas extranjeras examinadoras.

Artículo 57.- Del otorgamiento:

Cuando proceda el otorgamiento de la patente, el Instituto lo comunicará por escrito al solicitante, para que en el plazo de dos meses cumpla con los requisitos para su publicación y con el pago de la tarifa por expedición del título

**Artículo 58.-** Prorrogas:

Existe un plazo adicional de 2 meses para cumplir los Artículos 44, 50, 55 y 57 de la Ley sin que medie solicitud y comprobando el pago de la tarifa que corresponda al mes en que dé cumplimiento.

**Artículo 59.-** Expedición del título:

El Instituto expedirá el título que comprenderá un ejemplar de la descripción, las reivindicaciones y los dibujos, si los hubiere.

**Artículo 60.-** Publicación en la Gaceta, de la patente otorgada. No se publicarán las solicitudes que no hubiesen aprobado el examen de forma, las abandonadas, las desechadas, ni las modificaciones que se presenten con posterioridad a la conclusión del examen de forma.

### **4.3.3 MODELOS DE UTILIDAD**

Esta es una nueva figura de protección en México que la Ley de la Propiedad Industrial define en su artículo 28: "*Se consideran modelos de utilidad los objetos, utensilios, aparatos o herramientas que, como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función diferente respecto de las partes que lo integran o ventajas en cuanto a su utilidad*".

Es un derecho de exclusividad concedido por el Estado para proteger y explotar una invención; un derecho que impide, a otros, cualquier forma de explotación comercial de la invención, dentro del territorio de obtención de la patente y por un periodo de tiempo limitado. Como contrapartida el Estado exige la completa y clara descripción de la invención. Dicha descripción se llevará a cabo, a través de una solicitud de patente de Invención a presentarse en la Oficina de Patentes del país en donde se solicita protección.

#### **4.3.3.1 VIGENCIA DE LOS MODELOS DE UTILIDAD**

Tienen una vigencia de 10 años improrrogables y para su tramitación se aplicarán, en lo conducente, las reglas de las patentes, a excepción de los artículos 45 y 52.

El artículo 80 de La Ley, establece que las patentes y los registros caducan; es decir, los derechos que amparan caen en el dominio público por no cubrir el pago (anualidades) a que están sujetos en el tiempo que fije la referida tarifa.

Dicho artículo 80 en su fracción II, otorga un período de gracia de 6 meses adicionales para dicho pago y el artículo 81 establece la rehabilitación dentro de los 6 meses siguientes al período de gracia, solicitándola por escrito y pagando las tarifas por la anualidad, la rehabilitación artículos 4 y 12 de la tarifa - y los recargos correspondientes (disposiciones generales, quinto párrafo).

Transcurrido el plazo de 12 meses adicionales al plazo para pagar la anualidad, caduca la patente o registro, pasando al dominio público.

#### **4.3.3.2 TRÁMITE DE SOLICITUD DE REGISTRO**

El trámite que se debe efectuar para la solicitud de Registro de un Modelo de Utilidad es similar al de la patente. La solicitud es la misma, al igual que el resumen de la invención, los exámenes, poderes, etc.



#### 4.3.4 DISEÑOS INDUSTRIALES

Cualquier dibujo o forma para decorar un producto o para darle una apariencia o imagen propia. (si el diseño es bidimensional se denomina dibujo, y si es tridimensional se le llama modelo). Un dibujo industrial es toda combinación de figuras, líneas o colores que se incorporan a un producto industrial. El modelo es toda forma tridimensional que sirve de patrón para la fabricación de un producto.

El título o certificado que se expide es el: Registro de Dibujo Industrial, Registro de Modelo Industrial.

Las condiciones para el registro de un diseño industrial son:

- El diseño (sea dibujo o modelo) debe ser nuevo, es decir, de creación independiente y que difiera en grado significativo de diseños conocidos o de combinaciones de características conocidas de diseños. (novedad mundial)
- El diseño (sea dibujo o modelo) debe poder ser utilizado o producido en la industria. (explotación industrial)

#### **4.3.4.1**

#### **VIGENCIA DEL DISEÑO INDUSTRIAL**

La vigencia del derecho exclusivo de explotación a partir de la solicitud es de 15 años. Una vez terminada la vigencia, si ha sí lo dispone el titular o apoderado del diseño, éste se podrá nuevamente renovar.

El registro de los diseños industriales así como cualquier otro registro hecho por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial tienen fecha de caducidad, razón por la cual se les debe dar su debido mantenimiento a los registros, es decir estar al corriente en las cuotas y verificar periódicamente la fecha en que dicho registro vence, para así poder renovarlo nuevamente. Cualquier registro que cumpla con la caducidad, pasará a formar parte del dominio público.

#### **4.3.4.2**

#### **PROTECCIÓN JURÍDICA**

El diseño solo esta protegido contra el uso no autorizado por su titular, en México. La protección jurídica de los derechos de propiedad industrial únicamente se otorga en el país donde ésta es solicitada y concedida.

Si se desea la misma protección jurídica de los derechos de propiedad industrial en el extranjero, se deberá presentar la solicitud en cada país, reclamando el derecho de prioridad (artículos 40 y 41 de la Ley)

#### **4.3.4.3**

#### **TRÁMITE**

Una vez presentada la solicitud se procede a la realización de examen de forma para verificar que los documentos e información sean los necesarios, según la Ley de la Propiedad Industrial, los cuales deberán estar debidamente integrados en el expediente de la solicitud de registro.

Y una vez realizado el examen de fondo, si la solicitud reúne los requisitos establecidos en la Ley de la Propiedad Industrial, se notifica al solicitante para que proceda a efectuar el pago de la tarifa por expedición de título y, en su caso, pagará una o cinco anualidades.

Efectuado el pago, se procede a la elaboración y entrega del título correspondiente. Deberán pagarse posteriormente las demás anualidades para la conservación de los derechos de propiedad industrial, en el tiempo y forma que señale la tarifa.

La tarifa por concepto de aprovechamiento por los servicios que presta el Instituto establece que los inventores independientes, la micro y pequeña industria, las instituciones de educación pública y los institutos de investigación y desarrollo tecnológico del sector público pagarán únicamente el 50% de las cuotas de los derechos que correspondan. Esto con el fin de ayudar al desarrollo industrial del país.

El reclamo de la “prioridad” para los diseños industriales deberá hacerse dentro de seis meses siguientes a la fecha inicial de la solicitud. La prioridad es la fecha en que se solicitó el registro.

Cabe manifestar que los trámites para la obtención del registro del modelo industrial son los mismos que para la patente. Para la tramitación del registro de los Diseños Industriales, aplicarán los artículos del capítulo V (del 38 al 60, a excepción del 45 y del 52).

#### **4.3.4.4 LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL REFERENTE AL REGISTRO DE DISEÑOS INDUSTRIALES**

En este apartado se presenta un extracto de la Ley para dar fundamento a los trámites y requisitos en materia de diseños industriales, así como los derechos y obligaciones de los solicitantes.

**Artículo 31.-** Serán registrables los diseños industriales que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial. Se consideran nuevos los diseños que sean de creación independiente y difieran en grado significativo, de diseños conocidos o de combinaciones de características conocidas de diseños.

La protección conferida a un diseño industrial no comprenderá los elementos o características que únicamente por consideraciones de orden técnico

o por la realización de una función técnica, y que no incorporan ningún aporte arbitrario del diseñador, ni aquellos elementos o características cuya reproducción exacta fuese necesaria para permitir que el producto incorpora el diseño, sea montado mecánicamente o conectado con otro producto del cual constituya una parte o pieza integrante, esta limitación no se aplicará tratándose de productos en los cuales el diseño radica en una forma destinada a permitir el montaje o la conexión múltiple de los productos o su conexión dentro de un sistema modular.

No se protegerá un diseño industrial cuando su aspecto comprenda únicamente los elementos o características a que se refiere el párrafo anterior.

**Artículo 37.-** La tramitación del registro de los diseños industriales se llevará a cabo, en lo conducente, conforme a las reglas contenidas en el Capítulo V del presente título, a excepción de los artículos 45 y 52

**Artículo 38.-** Para obtener una patente deberá presentarse solicitud escrita por el Instituto, en la que se indicará el nombre y domicilio del inventor y del solicitante, la nacionalidad de este último, la denominación de la invención, y demás datos que prevengan esta Ley y su reglamento, y deberá exhibirse el comprobante de pago de las tarifas correspondientes, incluidas las relativas a los exámenes de forma y fondo.

**Artículo 60.-** Publicación de la Gaceta de los diseños otorgados.

#### **4.3.5 SECRETOS INDUSTRIALES.**

Se considera Secreto Industrial a toda información de aplicación industrial o comercial que guarde una persona física o moral con carácter de confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva o económica frente a terceros en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas suficientes para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.

La información de un secreto comercial necesariamente deberá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos; a los medios o formas de distribución o comercialización de productos o prestación de servicios; a los métodos o procesos de producción. Esta Información deberá constar en documentos, medios electrónicos o magnéticos, discos ópticos, microfilmes, películas u otros medios similares.

#### **4.3.6 MARCAS**

Una marca es un nombre, término, símbolo, diseño o cualquier signo visible o bien una combinación de ellos que sirva para distinguir un producto o un servicio de otros de su misma CLASE o especie.

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

#### 4.3.6.1

#### TIPOS DE MARCAS

- **NOMINATIVAS:** Son las marcas que permiten identificar un producto o servicio mediante una palabra o un conjunto de palabras. Su importancia radica en que se debe distinguir fonéticamente, es decir, deberán ser lo suficientemente distintivas para diferenciar los productos o servicios en el mercado de aquellos de su misma especie o CLASE.
- **INNOMINADAS:** Son figuras que cumplen con la función de una marca. Este tipo de marca puede reconocerse visualmente pero no fonéticamente. Su peculiaridad consiste en ser símbolos, diseños, logotipos o cualquier elemento figurativo que sea distintivo.
- **TRIDIMENSIONALES:** Son las marcas que protegen cuerpos con tres dimensiones como son los envoltorios, empaques, envases, así como la forma o presentación de los productos, siempre y cuando estos sean distintivos.
- **MIXTAS:** Es la combinación de cualquiera de los tres tipos de marcas anteriores, por ejemplo; una palabra con un diseño o una palabra con una figura tridimensional.

#### 4.3.6.2

#### OTRAS FIGURAS DE PROTECCIÓN

Dentro del régimen administrativo de los signos distintivos existen también las siguientes figuras de protección:

- **MARCA COLECTIVA:** Se puede registrar como marca colectiva cualquier signo distintivo que las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes, comerciantes o prestadores de servicio legalmente constituidos, soliciten para distinguir en el mercado los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros que no formen parte de esas asociaciones o sociedades.

La marca y el nombre comercial son signos distintivos que se protegen mediante títulos otorgados por el Estado y que confieren a su titular el derecho exclusivo de utilizarlos en el tráfico económico, e impedir a otros la utilización de los signos distintivos protegidos. La marca es un signo que permite a los empresarios distinguir sus productos o servicios frente a los productos o servicios de los competidores.



#### 4.3.6.3

### ASPECTOS GENERALES DEL REGISTRO DE MARCAS

El registro de marca es necesario o conveniente porque con el registro de una marca el Estado le otorga el derecho exclusivo de su uso en la República Mexicana a la persona acreditada.

Aunque no es obligatorio el registro para comercializar productos ni prestar servicios y los derechos sobre la marca se inician con su uso, sí es recomendable, ya que con el registro y el derecho a su uso exclusivo que éste le otorga, se puede evitar la copia o imitación y el aprovechamiento de su reputación comercial, así como ejercer las acciones legales oportunas contra quien haga un uso no autorizado por el titular del registro. También es conveniente cuando se desee proteger la misma marca en el extranjero.

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 que la marca se encuentre registrada. Se puede saber si una marca está registrada solicitando el servicio de búsqueda de anterioridades al Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial y pagando la tarifa correspondiente.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial dispone también de fondos documentales relativos a marcas tramitadas en otros países, principalmente en Canadá y los Estados Unidos. Esta información puede consultarse en el Departamento de Búsquedas, Fondos Documentales y

Microfilmes. La consulta resultaría de mucha utilidad para los comerciantes que posean marcas registradas en México y quieran ampliar su mercado en los Estados Unidos, ya que en ese país no se permite la importación ni la comercialización de productos extranjeros amparados con marcas otorgadas en otros países que hayan sido concedidas en ese país previamente.

#### **4.3.6.4 PALABRAS O FIGURAS QUE NO PUEDEN REGISTRARSE**

Las palabras o figuras que no pueden registrarse como marcas según el Artículo 90 de la Ley de Propiedad Industrial son los siguientes:

- Denominaciones, figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes, que se expresan de manera dinámica;
- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden ampararse con la marca y las palabras que en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales se hayan convertido en la designación usual o genérica de los mismos;
- Las formas tridimensionales de dominio público, las de uso común, las que carezcan de originalidad, la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su naturaleza o función industrial;
- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales que sean descriptivas de los productos o servicios que se quieran proteger,

incluyéndose 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;

- Las letras, dígitos y colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de otros signos, diseños o denominaciones que les den un carácter distintivo; La traducción a otros idiomas o la variación ortográfica de palabras no registrables;

La reproducción o imitación de:

- Escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes;

- Denominaciones, siglas, símbolos o emblemas de organizaciones internacionales, gubernamentales o no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;

- Signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un Estado, salvo autorización de la autoridad competente;

- Monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier otro medio oficial de pago nacional o extranjero; y

- Nombres o representación gráfica de condecoraciones medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos y eventos culturales o deportivos reconocidos oficialmente;

- Las denominaciones geográficas, mapas, gentilicios, nombres y adjetivos que indiquen la procedencia geográfica de los productos o servicios y puedan originar error o confusión en cuanto a su procedencia;
- Denominaciones de poblaciones o lugares que se caracterizan por la fabricación de ciertos productos, cuando sean los que se quieren amparar con la marca;
- Nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas sin su consentimiento;
- Los títulos de obras literarias, artísticas o científicas, de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes de ficción, personajes humanos de caracterización, nombres artísticos sin autorización expresa de los titulares de esos derechos;
- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales susceptibles de inducir a error sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios;
- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca notoriamente conocida en México;
- Marcas idénticas o semejantes en grado de confusión a otra registrada o solicitada con anterioridad para los mismos o similares productos o servicios; y
- Marcas idénticas o semejantes en grado de confusión a un nombre comercial aplicado a una empresa o establecimiento dedicados a la elaboración o venta de los productos o prestación de servicios que se

pretendan amparar con la marca, si el nombre comercial ha sido usado con anterioridad a la fecha de solicitud del registro de la marca o la de su uso declarado.

#### **4.3.6.5 LA CLASE**

Es un conjunto de productos o servicios que guardan una relación entre sí, basándose en su función, utilidad o uso, agrupados de acuerdo con una clasificación aceptada internacionalmente. Actualmente el número de clases es de 42 y se pueden consultar en las listas del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial las cuales mostramos a continuación.

Se deben indicar los productos o servicios para los que solicita la marca y el número de la clase a la que pertenecen (en el caso de conocerse);

Hay que tener en cuenta que en cada solicitud de marca y aviso comercial sólo pueden incluirse productos o servicios pertenecientes a una sola clase de las 42 en que se agrupan los diferentes productos y servicios, de acuerdo con la clasificación internacional de Niza, misma que se adopta en el artículo 59 del Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial.

Por tanto, se podrán incluir en la misma solicitud diversos productos o servicios, siempre que pertenezcan a la misma clase; por ejemplo: carne,

pescado, leche y productos lácteos, ya que todos pertenecen a la clase 29, pero no se podrán incluir en la misma solicitud productos lácteos y café por pertenecer a clases diferentes. Actualmente el número de clases es de 42 y se pueden consultar en la lista del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

#### **4.3.6.6 REQUISITOS PARA EL REGISTRO DE MARCAS**

Presentar ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, o en las Oficinas Regionales (que se encuentren en operación) o en las Delegaciones y Subdelegaciones Federales de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, un formato oficial de solicitud, el cual deberá llenarse preferentemente a máquina, no obstante podrá presentarse con letra de molde legible redactado en idioma español.

Si el solicitante es una persona moral, deberá tramitar su solicitud mediante un representante legal, acreditando para tal efecto su personalidad jurídica.

En la solicitud se deberá señalar el tipo de establecimiento, industrial o comercial o de servicio y el domicilio donde se fabriquen o comercialicen productos o se presten servicios con la marca o marca colectiva que se desea registrar.

También en la misma solicitud se indicarán las palabras y/o figuras que, conforme a la Ley de la Propiedad Industrial, no son reservables; por ejemplo: Hecho en México, Talla, Ingredientes, Contenido, entre otras.

Cuando se solicite un registro de marca en México dentro de los plazos que determinen los Tratados Internacionales o, en su defecto, dentro de los seis meses siguientes de haberlo hecho en otros países, podrá reconocerse por parte del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial como fecha de prioridad, la de presentación de la solicitud en el país que fue presentada primero. Para reconocer dicha prioridad, en la solicitud se deberá indicar el país de origen y la fecha de presentación de la solicitud en ese país. Es necesario que la solicitud en México se presente para los mismos productos o servicios que se presentaron en la solicitud cuya prioridad se reclama, además de que la marca sea idéntica.

La solicitud deberá ir firmada por el solicitante o en su caso por el apoderado, indicándose, además del nombre, el lugar y la fecha.

#### **4.3.6.7                      RESTRICCIONES**

Las marcas nunca se podrán usar en forma diferente a como se encuentran registradas y sólo se admitirán modificaciones que no alteren sus características esenciales.

El registro de la marca en México no es válido en el extranjero. Es recomendable, para quien desee exportar sus productos, registrar sus marcas en el país o países donde los comercializa o pretende comercializarlos.

El registro de su marca es nacional y no le permite ejercer acciones en contra de terceros en el extranjero.

#### **4.3.6.8 VIGENCIA DE LOS REGISTROS DE MARCA**

La vigencia de los registros de una marca o un aviso comercial, así como la publicación en la Gaceta de un nombre comercial es de diez años a partir de la fecha de presentación de la solicitud, es decir la fecha legal.

Las marcas, avisos y nombres comerciales pueden renovarse por periodos iguales indefinidamente.

El plazo de solicitud de renovación es dentro de los seis meses anteriores a su vencimiento o dentro del plazo de gracia de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.



Para solicitar la renovación, se deberá llenar el formulario oficial, siguiendo las instrucciones de llenado al dorso del mismo y acreditar el pago de la tarifa correspondiente.

También deberá manifestar por escrito y bajo protesta de decir verdad que usa la marca en, por lo menos, uno de los productos o servicios a los que se aplique y que no se haya interrumpido dicho uso por un plazo igual o mayor a los tres años.

Cuando no se solicite la renovación dentro de los seis meses anteriores a su vencimiento o dentro del plazo de gracia de los seis meses posteriores al mismo.

Cuando la marca no sea usada por tres años consecutivos inmediatos anteriores a la fecha en que se solicite la declaración Administrativa de Caducidad, en los productos o servicios para los que se encuentra registrada.

#### **4.3.6.9 VALIDEZ DEL REGISTRO**

Se nulifica el registro de una marca cuando:

- Se haya otorgado en contravención a la Ley de la Propiedad Industrial; Cuando la marca sea idéntica o semejante en grado de confusión

a otra que haya sido usada en el país o en el extranjero antes de la fecha de presentación de la solicitud de la marca registrada, aplicada a los mismos o similares productos o servicios;

- Cuando el registro se hubiera otorgado con base en datos falsos contenidos en la solicitud;

- Si el registro fue concedido por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro, por tratarse de una marca igual o semejante en grado de confusión y aplicada a productos o servicios iguales o similares; y

- Cuando haya sido solicitada y obtenida en México por el agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular de una marca registrada en el extranjero sin su consentimiento expreso y sea igual o semejante en grado de confusión a la marca extranjera.

El registro de una marca tendrá una vigencia de 10 años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud y podrá renovarse por periodos de la misma duración.

#### **4.3.4 AVISOS COMERCIALES**

Se consideran avisos comerciales a las frases u oraciones que tengan por objeto anunciar al público establecimientos o negociaciones comerciales, industriales o de servicios, productos o servicios, para distinguirse de los de su especie.

##### **4.3.4.1 REQUISITOS PARA SOLICITAR EL REGISTRO DE UN AVISO COMERCIAL**

Los requisitos son los mismos que se requieren para las marcas, exceptuando las impresiones y tipo de marca, señalando, en su caso, los productos, servicios o establecimientos que se anunciarán con el signo distintivo.

El registro de un aviso comercial tendrá una vigencia de 10 años contados a partir de la fecha de presentación de su solicitud y podrá renovarse por periodos de la misma duración.

#### **4.3.5 NOMBRES COMERCIALES**

El nombre comercial de una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios y el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos sin

necesidad de registro. La protección abarcará la zona geográfica de la clientela efectiva de la empresa o establecimiento al que se aplique el nombre comercial y se extenderá a toda la República si existe difusión masiva y constante a nivel nacional del mismo. Es decir, es cualquier denominación que sirve para distinguir una empresa o establecimiento industrial, comercial o de servicios, dentro de la zona geográfica donde está establecida su clientela efectiva.

Tanto el nombre comercial como el derecho a su uso exclusivo estarán protegidos sin necesidad de registro.

#### **4.3.5.1 REQUISITOS PARA SOLICITAR LA PUBLICACIÓN DE UN NOMBRE COMERCIAL**

Los requisitos son los mismos que se requieren para las marcas, exceptuando las impresiones y tipo de marca. Se deberá señalar el giro preponderante del establecimiento al que se refiera en la solicitud, que deberá coincidir con el que se especifique en la fe de hechos notarial, que también deberá presentarse y en la que se certificará el domicilio, giro y fecha de primer uso del nombre comercial en el establecimiento.

#### **4.3.5.2**

#### **TRÁMITE DE REGISTRO**

Como primer paso, se realiza un examen previo de la solicitud. Si al momento de presentarse la solicitud ésta cuenta con la información requerida para darle ingreso, de conformidad con lo que establece la Ley, ésta será considerada la fecha de presentación de la solicitud; de lo contrario se tendrá como fecha de presentación el día en que se cumpla, dentro del plazo legal, con dichos requisitos.

Aceptado el ingreso, se anotará en la solicitud el número de expediente; folio; fecha y hora de entrada.

Como segundo paso, se realiza un examen de fondo de la marca, aviso comercial o nombre comercial, para verificar si son registrables en los términos de la Ley.

Se verifica el cumplimiento de todos los requisitos formales exigidos por la Ley.

Se realiza, en su caso, un examen fonético, comparando entre los signos solicitados en trámite y los ya registrados con anterioridad, si existen otros signos idénticos o semejantes en grado de confusión, que constituyan impedimento para otorgar el registro solicitado.

Si la solicitud contiene un dibujo o figura, se hace también una revisión de los anteriores, por si pudieran constituir un impedimento respecto al solicitado.

Si como resultado del anterior examen, se aprecia que existen signos anteriores, solicitados o registrados que puedan constituir un impedimento para otorgar el registro solicitado o que éste no es registrable, el Instituto lo comunicará por escrito al solicitante, otorgándole un plazo de dos meses para que subsane los errores y manifieste lo que a su derecho convenga en relación con los impedimentos y anterioridades citados.

Si el interesado no da cumplimiento a los requerimientos dentro del plazo inicial o del adicional, o no presenta comprobante del pago de las tarifas correspondiente, la solicitud se considerará abandonada.

Cuando al contestar para subsanar los impedimentos señalados, se modifica o sustituye la marca, ésta se sujetará a un nuevo trámite, debiendo pagar la tarifa correspondiente a una nueva solicitud y cumplir los requisitos de las nuevas solicitudes, y se considerará como fecha de presentación aquella en que se solicite el nuevo trámite.

También se considerará como nueva solicitud, si después de presentada, se modifica el signo, aumenta el número de productos o servicios o se sustituyen, y se procederá como en el caso anterior.

Cuando no haya impedimentos o hayan sido subsanados los existentes, se procederá a expedir el título correspondiente. En caso de que el Instituto niegue el registro de la marca, también lo comunicará por escrito al interesado, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.

Las resoluciones sobre registros de marcas y sus renovaciones deben ser publicadas en la Gaceta de la Propiedad Industrial.

No obstante, quien esté utilizando un nombre comercial puede solicitar al Instituto la publicación del mismo en la Gaceta, lo cual producirá el efecto de establecer la presunción de la buena fe en la adopción y uso del nombre comercial.

El nombre comercial es el signo o denominación que identifica a una empresa en el tráfico mercantil y que sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

La denominación social es el nombre que identifica a una persona jurídica como sujeto de relaciones jurídicas y, por tanto, susceptible de derechos y obligaciones.

El nombre comercial no es preciso que coincida con la denominación social y puede elegirse, por tanto, un nombre comercial diferente de la denominación social. Una misma persona natural o jurídica puede tener, si lo

desea, varios nombres comerciales para identificar actividades empresariales pertenecientes a diferentes sectores del tráfico económico.

Así un fabricante de pantalones registraría como nombre comercial el que utilice en sus actividades empresariales de fabricante y que sirva para diferenciarlo de otros empresarios. Su denominación social es la que debe emplear, por ejemplo, para firmar contratos o dar de alta a trabajadores en la seguridad social. El signo o nombre con que comercialice esos pantalones será la marca del producto. Todos estos signos pueden ser, a elección del empresario, iguales o diferentes, según su conveniencia.

En un símil con la persona física la denominación social sería el “nombre civil” de la persona física y el nombre comercial sería el “nombre artístico” con que dicha persona se presenta a sus clientes en el mercado.

Los efectos de la publicación de un nombre comercial tendrá una vigencia de 10 años contados a partir de la fecha de presentación de su solicitud y podrá renovarse por periodo de la misma duración. De no renovarse, cesaran sus efectos.



#### **4.3.6 DENOMINACIÓN DE ORIGEN**

Es el nombre de una región geográfica del país que sirve para designar el producto originario de la misma y cuya calidad y características se deben exclusivamente al medio natural y humano. Con ella se puede designar productos alimenticios y bebidas (por ejemplo "TEQUILA"), objetos de artesanía elaborados en una región o zona geográfica (por ejemplo "TONALA"). La protección de la denominación de origen se inicia con la declaración que de la misma hace el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial.

Cabe destacar que el propio Estado Mexicano es el titular de la denominación de origen, la cuál sólo podrá usarse mediante su autorización.

El uso ilegal de la denominación será sancionado. Se incluyen dentro del uso ilegal, los casos en que se utilicen indicaciones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal.

#### 4.3.6.1

### REQUISITOS PARA OBTENER LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN

Toda persona física o moral que cumpla con los siguientes requisitos: se dedique directamente a la extracción, producción o elaboración de los productos protegidos por la denominación de origen; realice la actividad dentro del territorio determinado en la declaración; cumpla con la norma oficial (NOM), establecida por la Dirección General de Normas de la SECOFI, incluidas las que establezca el IMPI conforme a las leyes aplicables respecto a los productos de que se trate; los demás que señale la declaración; y comprobante del pago de la tarifa correspondiente.

La autorización de uso de una denominación de origen se solicitará ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial cumplimentando el formulario correspondiente, en el que deben indicar los datos que en el mismo aparecen, como son:

- Nombre, nacionalidad y domicilio del solicitante; ubicación del establecimiento industrial donde se producirá el Producto amparado por la denominación de origen; y datos relativos al apoderado, si se actúa por medio de él.
- El impreso deberá ir acompañado por los documentos que procedan:

- Documento acreditativo de la personalidad del apoderado (en su caso);
- Copia simple de la constancia del Registro General de Poderes del IMPI (en su caso);
- Copia certificada de la autorización de la Norma Oficial Mexicana (NOM), expedida por la autoridad correspondiente (en su caso), que deberá haber sido expedida dentro de los seis meses anteriores a la solicitud de autorización;
- Documento oficial que acredite la actividad del solicitante (documento público). Se puede acreditar, por ejemplo, con el acta de constitución de la sociedad en el que se contemple que se dedica a producir un determinado producto;
- Documento acreditativo de que se realiza la actividad dentro del territorio señalado en la declaración. Este debe ser expedido por la autoridad local competente y también dentro de los seis meses anteriores a la solicitud; y
- Comprobante del pago de la tarifa correspondiente.

#### **4.3.6.2**

#### **CURSO DE LA SOLICITUD**

Al recibir una solicitud de autorización de uso de denominación de origen, el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial efectuará un examen de los

datos y documentos aportados y, si a su juicio estos no reúnen los requisitos legales o resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualquier elemento de la solicitud, requerirá al solicitante para que dentro de un plazo de dos meses haga las aclaraciones o adiciones necesarias.

Si los datos y documentos cumplen con los requisitos legales o son subsanados tras el requerimiento, se procederá al otorgamiento.

Recibida la solicitud por el Instituto y enterado el pago de las tarifas correspondientes, se efectuará el examen de los datos y documentos aportados.

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

Si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo otorgado, la solicitud se considerará abandonada, pero el Instituto podrá continuar de oficio su tramitación en los términos del presente capítulo si lo considera pertinente.

Cuando los documentos presentados satisfagan los requisitos legales, el Instituto publicará en el Diario Oficial un extracto de la solicitud.

Si el procedimiento se inicia de oficio, el Instituto publicará en el Diario Oficial un extracto de las menciones y requisitos establecidos en las fracciones III a la VII del artículo 159 de la ley de propiedad Industrial.

En ambos casos el Instituto otorgará un plazo de dos meses, contados a partir de la fecha de publicación para que cualquier tercero que justifique su interés jurídico, formule observaciones u objeciones y aporte las pruebas que estime pertinentes.

La vigencia de la declaración de protección de una denominación de origen estará determinada por la subsistencia de las condiciones que la motivaron y sólo dejará de surtir efectos por otra declaración del Instituto.

El Estado Mexicano será el titular de la denominación de origen. Esta sólo podrá usarse mediante autorización que expida el Instituto.

La autorización para usar una denominación de origen deberá ser solicitada ante el Instituto y se otorgará a toda persona física o moral que cumpla los siguientes requisitos:

- I. Que directamente se dedique a la extracción, producción o elaboración, de los productos protegidos por la denominación de origen;
- II. Que realice tal actividad dentro del territorio determinado en la declaración;

III. Que cumpla con las normas oficiales establecidas por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial conforme a las leyes aplicables, respecto de los productos de que se trate, y

IV. Los demás que señale la declaración.

La protección que la ley confiere a las denominaciones de origen se inicia con la declaración que al efecto emita el Instituto. El uso de la misma será sancionado, incluyendo los casos en que venga acompañada de indicaciones tales como el género, tipo, manera, u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal.

El Estado Mexicano será el titular de la denominación de origen. Esta sólo podrá usarse mediante autorizaciones que expida el Instituto.

El Instituto por medio de la Secretaría de Relaciones Exteriores, tramitará el registro de las denominaciones de origen que hay sido materia de una declaración de protección en los términos de esta ley, para obtener su reconocimiento en el extranjero conforme a los tratados internacionales.

#### **4.3.6.3**

#### **VIGENCIA**

Diez años, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial renovables por

periodos iguales en forma indefinida. El usuario de una denominación de origen está obligado a usarla tal y como aparezca protegida en la Declaración, ya que de no usarla en la forma establecida, procederá la cancelación de la autorización.

#### **4.3.6.4 TRANSMISIÓN DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN**

El usuario autorizado de una denominación de origen puede transmitir su derecho a otro usuario, previa comprobación de que éste también cumple con las condiciones y requisitos establecidos para obtener el derecho a usar la denominación de origen.

También puede, mediante convenio, permitir el uso de la denominación a quienes distribuyan o vendan los productos de sus marcas. Dicho convenio deberá ser sancionado por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. En los dos casos, convenio y transmisión, sólo surtirán efecto, a partir de su inscripción en dicho Instituto.

#### **4.3.6.5 NULIDAD DE LA DENOMINACIÓN DE ORIGEN**

Las causas por las que puede dejar de surtir efectos la autorización de uso de la denominación de origen:

- Cuando se otorgue la autorización contraviniendo las disposiciones de la Ley.
- Por cancelación. Cuando el usuario use la denominación de origen en forma diferente a la establecida en la declaración de protección.
- Por terminación de vigencia.

#### **4.4 LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA**

Es reglamentaria del artículo 28 constitucional en materia de competencia económica, monopolios y libre competencia, tiene por objeto proteger el proceso de competencia y libre competencia, mediante la prevención y eliminación de monopolios, y demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados de bienes y servicios.

Las personas físicas o morales, dependencias o entidades de la administración pública federal, estatal o municipal, asociaciones, agrupaciones de profesionistas, fideicomiso o cualquier otra forma de participación en la actividad económica.

Los monopolios, estancos y prácticas monopólicas, que disminuya o dañen e impidan la competencia y la libre competencia en la producción,



procesamiento, distribución y comercialización de bienes o servicios están prohibidos por esta ley.

Son prácticas monopólicas absolutas, los contratos, convenios, arreglos o combinaciones entre agentes económicos competidores entre si cuando:

- Fijen, eleven, concierten o manipulen los precios de venta.
- Establezcan la obligación de producir, procesar, o distribuir una determinada cantidad de bienes o servicios.
- Dividan o asignen porciones del mercado.
- Establezca, concierten o coordinan posturas o licitaciones.

Las concertaciones son fusiones, adquisición del control o cualquier acto en virtud del cual se concierten se asociaciones, sociedades, acciones, partes sociales, fideicomisos o activos en general que se realicen entre competidores, proveedores, clientes o cualquier otro agente económico.

#### **4.5 COMISIÓN FEDERAL DE COMPETENCIA**

Es un órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial (SECOFI), que cuenta con autonomía técnica y operativa y tendrá a su cargo, prevenir, investigar y combatir los monopolios.

Sus facultades son:

- Investigar la existencia de monopolios, estancos, prácticas o concentraciones prohibidas por ley.
- Establecer mecanismos de coordinación para el combate y prevención de monopolios, estancos, concentraciones o practicas ilícitas.
- Sancionar las violaciones a esta ley.
- Emitir opinión en materia de competencia y libre concurrencia.

La comisión se integra por 5 comisionados, presidente, que delibera en forma colegiado y decide por mayoría de votos, teniendo el presidente voto de calidad.

Los comisionados son elegidos por el titular del Ejecutivo Federal y su duración en su cargo es de 10 años pudiendo renovarse, solo por causa graves justificada podrán ser removidos de sus puestos.

#### 4.6 PROPUESTA DE REGULACIÓN

Al tenor de todo lo anteriormente mencionado, y concluyendo el estudio metódico de todas y cada una de las figuras jurídicas relacionadas al tema principal, se hace más evidente el hecho de que es necesario una regulación más enérgica para evitar la competencia desleal que se está dando en los márgenes de la ley de Propiedad Industrial.

Es por eso que yo propongo una figura en la cual se regule de forma más eficaz la competencia desleal y se reduzca o aun acabe con este tipo de prácticas.

**“A TODO AQUEL QUE INCURRA EN COMPETENCIA DESLEAL, EJERCIENDO SUS FUNCIONES DE COMERCIANTE O EMPRESARIO, SE HARÁ ACREEDOR A LAS SIGUIENTES SANCIONES”:**

- I. *Multa hasta por el equivalente a treinta mil quinientas veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal por haber declarado falsamente o entregado información falsa, con independencia de la responsabilidad penal en que se incurra;*
- II. *Multa hasta por el equivalente a un millón quinientas mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, por haber incurrido en alguna práctica monopólica absoluta;*

III. *Multa hasta por el equivalente a novecientas mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, por haber incurrido en alguna práctica monopólica relativa;*

IV. *Multa hasta por el equivalente a novecientas mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, por haber incurrido en alguna concentración de las prohibidas por la Ley;*

V. *Multa hasta por el equivalente a cuatrocientas mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal por no haber notificado la concentración cuando legalmente debió hacerse;*

VI. *Multa hasta por el equivalente a novecientas mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal;*

VII. *Multa hasta por el equivalente a treinta mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, a los individuos que participen directamente en prácticas monopólicas o concentraciones prohibidas, en representación o por cuenta y orden de personas morales;*

VIII. *Multa hasta por el equivalente a veintiocho mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal, a los agentes económicos o a los individuos que hayan coadyuvado, propiciado, inducido o participado en la comisión de prácticas monopólicas, concentración prohibida o demás restricciones al funcionamiento eficiente de los mercados, y*

IX. *Multa hasta por el equivalente a un millón quinientas mil veces el salario mínimo general vigente para el Distrito Federal.*

*En caso de reincidencia, se podrá imponer una multa hasta por el doble de la que corresponda, o hasta por el diez por ciento de las ventas anuales obtenidas por el infractor durante el ejercicio fiscal anterior, o hasta por el diez por ciento del valor de los activos del infractor, cualquiera que resulte más alta.*

*Se considerará reincidente, al que habiendo incurrido en una infracción que haya sido sancionada, cometa otra del mismo tipo o naturaleza.*

*En el caso de violaciones por servidores públicos, una Comisión deberá enviar oficio debidamente fundado y motivado a la autoridad competente para que, de ser procedente, se inicie el procedimiento de responsabilidad administrativa a que hubiere lugar, sin perjuicio de la responsabilidad penal en que incurra el servidor público.*

*Los ingresos que se obtengan de las multas por infracciones, se destinarán a los programas de apoyo para la micro, pequeña y mediana empresa.*

*En ningún caso alguna Comisión administrará ni dispondrá de los fondos a que se refiere el párrafo anterior.*

## CONCLUSIONES

- 1) El comerciante es la única persona facultada para realizar actos de comercio, los cuales derivan de la ley que regula esos mismos actos.
- 2) Si dicha persona no se encuentra facultada para realizar actos de comercio, ésta deberá abstenerse de hacerlo.
- 3) Las empresas son el factor esencial en la fabricación y/o manufactura de bienes y servicios, y el empresario es el encargado de dirigir y coordinar los diferentes elementos de toda empresa para que ésta pueda llegar a cumplir su objetivo.
- 4) Dentro de la empresa surgen varios efectos en los cuales, los mismos trabajadores se pueden apoyar para el mejoramiento de la fabricación y la optimización de la producción.
- 5) Las ideas surgidas dentro de la empresa dan lugar a hipótesis que pueden hacer que las vidas de los trabajadores y del empresario mismo cambien y se agilicen muchos de los procesos llevados a cabo en la empresa, y mismas que serán para beneficio de ellos.
- 6) El registro y la regulación de las creaciones surgidas dentro y para beneficio de las empresas se ha visto rebasado por una forma de competir con otras

empresas en forma desleal, haciendo uso de todas las artimañas y ventajas para poder sacarle mejor provecho a ellas.

- 7) Al existir competencia desleal entre las empresas e incluso entre los empresarios, se produce una afectación tanto a la industria como a los consumidores, ya que al existir formas alternas de adquirir bienes y servicios en forma más barata, no se garantiza que el producto esté bien terminado, lo que a la larga hace que los consumidores tengan que comprar más artículos pero con las mismas características inferiores, lo cual hace que las empresas pierdan credibilidad.
  
- 8) Se requiere una regulación más estricta para combatir esa forma de competencia desleal, a lo cual hago referencia en la figura propuesta en supra líneas.

## BIBLIOGRAFÍA

BARRERA GRAF, JORGE. "INSTITUCIONES DE DERECHO MERCANTIL" Ed. Porrúa. México. 1997. p.p. 195.

COLOMBO GIOVANNI E. "L'AZIENDA E IL SUO TRASFERIMENTO IN TRATTI DI DIRITTO COMMERCIALE E DI DIRITTO PUBBLICO DELL'ECONOMIA." Dirigido por Francesco Galgano. Vol. III. Cedam. Padova. 1979. p.p. 350.

GIL VALDIVIA, GERARDO. "ASPECTOS JURÍDICOS DEL FUNCIONAMIENTO PÚBLICO. UNAM" Ed. Porrúa. México. p.p. 372.

GIRÓN RESA, JOSÉ. "DERECHO MERCANTIL MEXICANO". TOMO I. Ed. Porrúa. México. 1938. p.p. 485.

GIRÓN RESA JOSÉ. "SOBRE LAS CARACTERÍSTICAS GENERALES, DESDE EL PUNTO DE VISTA POLÍTICO, JURÍDICO Y CONCEPTUAL DE LOS PROBLEMAS ACTUALES EN TORNO A LA EMPRESA, EN ESTUDIOS DE DERECHO MERCANTIL." En homenaje al Profesor Antonio Polo, Ed. Revista del Derecho Privado. Madrid. 1981. p.p. 382.

MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. "PANORAMA DEL DERECHO MEXICANO." SÍNTESIS DEL DERECHO MERCANTIL. Universidad Autónoma de México. México. 1996. p.p. 550.



MANTILLA MOLINA, ROBERTO L. "DERECHO MERCANTIL." Ed. Porrúa. México. 1998. p.p. 548.

MOTO SALAZAR EFRAÍN. "ELEMENTOS DE DERECHO." Ed. Porrúa. México. 1994. p.p. 452.

PINA VARA RAFAEL DE. "ELEMENTOS DE DERECHO MERCANTIL MEXICANO." Ed. Porrúa. México. 1994. p.p. 477.

PUENTE Y FLORES, ARTURO y CALVO MARROQUÍN, OCTAVIO. "DERECHO MERCANTIL. BANCA Y COMERCIO S. A." México, D.F. 1988. p.p. 477.

RODRÍGUEZ SANTAMARINA ALFONSO. "CÓMO CREAR UNA EMPRESA". 4° Ed. Int. Toto. Sup. Superiores de Estudios Empresariales, México, 1996. p.p. 180.

SOTO ALVAREZ, CLEMENTE, "PRONTUARIO DE DERECHO MERCANTIL". Ed. Limusa. México. 1987. p.p. 462.

VIÑAMATA PASCHKES, CARLOS. "LA PROPIEDAD INTELECTUAL." Ed. Trillas. México. 1998. p.p. 190.

WITKER, JORGE. "DERECHO ECONÓMICO". Ed. Harla. México. 1985. p.p. 377.

## **LEGISLACIÓN**

CÓDIGO DE COMERCIO

LEY DE PROPIEDAD INDUSTRIAL

LEY FEDERAL DE COMPETENCIA ECONÓMICA