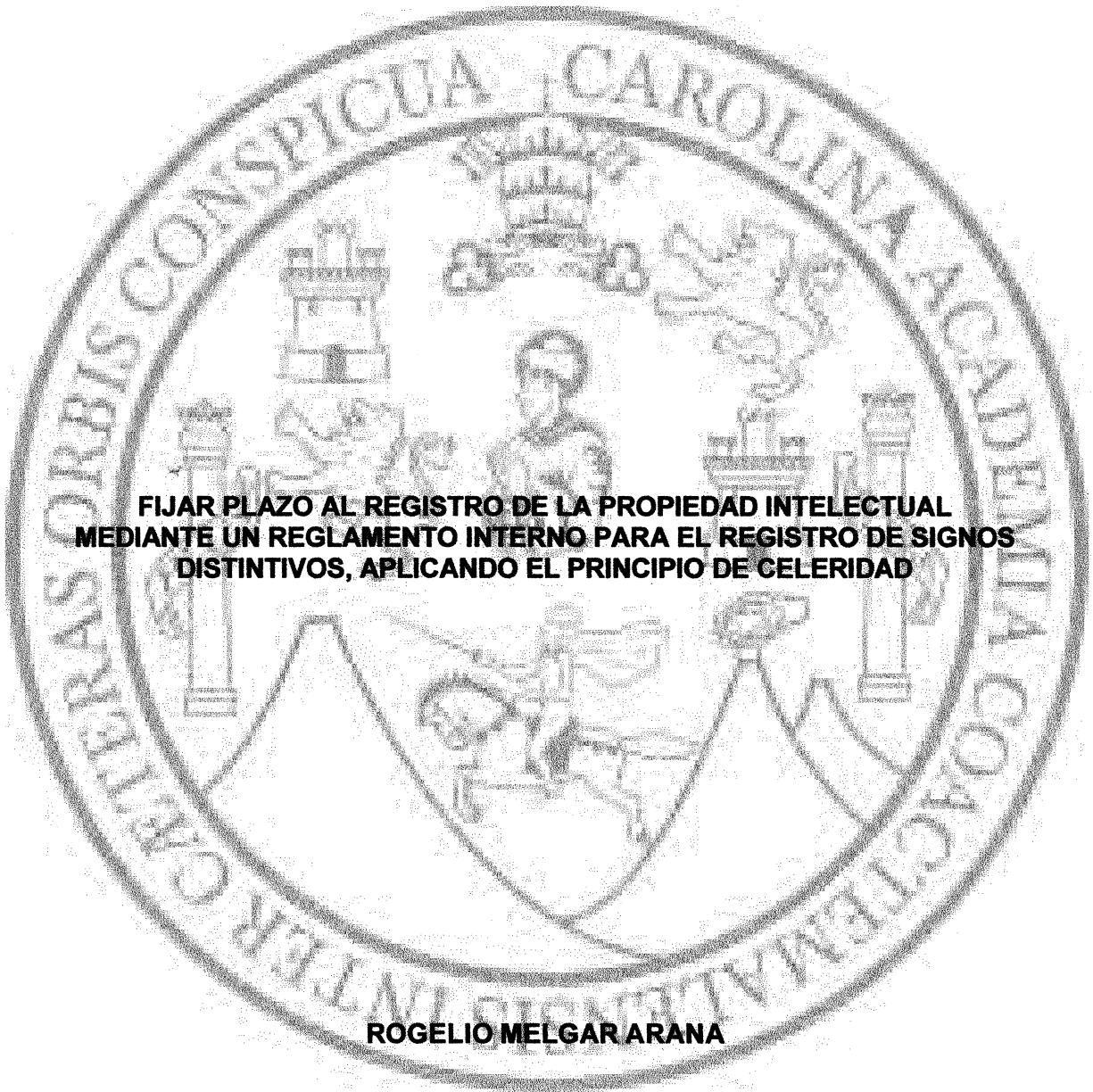


**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA
FACULTAD DE CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES**



**FIJAR PLAZO AL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
MEDIANTE UN REGLAMENTO INTERNO PARA EL REGISTRO DE SIGNOS
DISTINTIVOS, APLICANDO EL PRINCIPIO DE CELERIDAD**

ROGELIO MELGAR ARANA

GUATEMALA, NOVIEMBRE DE 2019

**UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA FACULTAD DE
CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES**

**FIJAR PLAZO AL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
MEDIANTE UN REGLAMENTO INTERNO PARA EL REGISTRO DE SIGNOS
DISTINTIVOS, APLICANDO EL PRINCIPIO DE CELERIDAD**



TESIS

Presentada a la honorable junta Directiva

de la

Facultad de ciencias Jurídicas y sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

ROGELIO MELGAR ARANA

Previo a conferirsele el grado académico de

LICENCIADO EN CIENCIAS JURIDICAS Y SOCIALES

Guatemala, noviembre de 2019

**HONORABLE JUNTA DIRECTIVA
DE LA
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES
DE LA
UNIVERSIDAD DE SAN CARLOS DE GUATEMALA**

DECANO: Lic. Gustavo Bonilla

VOCAL I: Licda. Astrid Jeannette Lemus Rodriguez

VOCAL II: Lic. Henry Manuel Arriaga Contreras

VOCAL III: Lic. Juan José Bolaños Mejía

VOCAL IV: Br. Denis Ernesto Velásquez González

VOCAL V: Br. Abidán Carías Palencia

SECRETARIO: Lic. Fernando Antonio Chacón Urizar

RAZÓN: “Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis”. (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).



Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, Unidad de Asesoría de Tesis. Ciudad de Guatemala,
 14 de marzo de 2016.

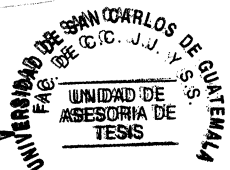
Atentamente pase al (a) Profesional, MARTIN NOLBERTO LOPEZ SALAZAR
 _____, para que proceda a asesorar el trabajo de tesis del (a) estudiante
ROGELIO MELGAR ARANA, con carné 199919482,
 intitulado FIJAR PLAZO AL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL PARA EMITIR RESOLUCIONES EN EL
REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS APLICANDO EL PRINCIPIO DE CELERIDAD.

Hago de su conocimiento que está facultado (a) para recomendar al (a) estudiante, la modificación del bosquejo preliminar de temas, las fuentes de consulta originalmente contempladas; así como, el título de tesis propuesto.

El dictamen correspondiente se debe emitir en un plazo no mayor de 90 días continuos a partir de concluida la investigación, en este debe hacer constar su opinión respecto del contenido científico y técnico de la tesis, la metodología y técnicas de investigación utilizadas, la redacción, los cuadros estadísticos si fueren necesarios, la contribución científica de la misma, la conclusión discursiva, y la bibliografía utilizada, si aprueba o desaprueba el trabajo de investigación. Expresamente declarará que no es pariente del (a) estudiante dentro de los grados de ley y otras consideraciones que estime pertinentes.

Adjunto encontrará el plan de tesis respectivo.

[Signature]
DR. BONERGE AMILCAR MEJÍA ORELLANA
 Jefe(a) de la Unidad de Asesoría de Tesis



[Signature]
 Licenciado
Martin Nolberto López Salazar
 Abogado y Notario

Fecha de recepción 11 de octubre 2018

Asesor(a)
 (Firma y Sello)



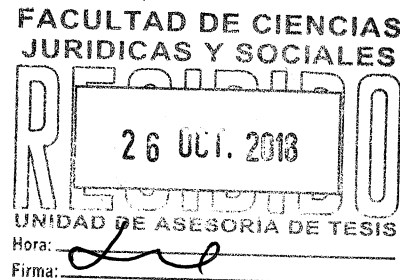


Lic. Martin Nolberto López Salazar
Abogado y Notario, Colegiado 7,682
7a. Avenida 7-07 Zona 4 edificio El Patio, Oficina 110
Ciudad de Guatemala
Móvil 5588 2387
Email: martinlopezs@gmail.com



Guatemala, 25 de octubre de 2018

Licenciado:
Roberto Fredy Orellana Martínez
Jefe de Unidad de Asesoría de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Ciudad Universitaria,
Su Despacho



Respetuosamente hago de su conocimiento que procedí a asesorar la tesis del Bachiller **ROGELIO MELGAR ARANA** intitulada **“FIJAR PLAZO AL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL MEDIANTE UN REGLAMENTO INTERNO PARA EL REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS, APLICANDO EL PRINCIPIO DE CELERIDAD”**.

He de informarle que para el mejor desarrollo del contenido de la tesis, se hicieron algunas correcciones, por lo que considero que la misma llena los requisitos establecidos en el Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, y para el efecto me permito exponerle lo siguiente:

1. Que durante el desarrollo de la asesoría del trabajo de tesis relacionado, se discutieron algunos puntos en forma personal con el autor, realizándose los cambios y correcciones correspondientes. Además se comprueba que el contenido del trabajo fue el resultado de la obtención de la información necesaria y objetiva para su elaboración, el tema presentado es de gran importancia sobre todo en el campo del derecho civil y mercantil.
2. Conforme al contenido científico y técnico de la tesis, se orientó en la observancia de consideraciones doctrinarias y legales, en el que el sustentante abarcó los temas relevantes en cuanto a la Propiedad Intelectual, y los principios registrales, así como Organizaciones internacionales que protegen dichos derechos.
3. la utilización de la metodología y técnica de la investigación, para el efecto tiene como base el método analítico, cumpliéndose con la comprobación de la hipótesis planteada.
4. La redacción utilizada presenta una estructura formal de las tesis, ya que está compuesta de cuatro capítulos realizándose una secuencia ideal y de orden



Lic. Martin Nolberto López Salazar
Abogado y Notario, Colegiado 7,682
7a. Avenida 7-07 Zona 4 edificio El Patio, Oficina 110
Ciudad de Guatemala
Móvil 5588 2387
Email: martinlopezs@gmail.com



lógico, por lo que se refleja una redacción clara y precisa de los temas y subtemas desarrollados en la investigación.

5. Se constató que el desarrollo del presente trabajo constituye un aporte para la sociedad, ya que el tema investigado por el ponente es de mucha necesidad en el procedimiento de registro de signos distintivos en el Registro de la Propiedad Intelectual, ya que se estableció que el mismo es tardado, por no existir un reglamento que contemple plazos específicos que puedan tomarse en cuenta para acelerar dicho procedimiento.

6. En cuanto a la conclusión discursiva: Se comparten los argumentos vertidos por el autor, puestos que las mismas se encuentran estructuradas de acuerdo con el contenido del plan de investigación y están debidamente fundamentadas, ya que obedecen a la realidad jurídica, por ende brinda valiosa contribución para el derecho mercantil.

7. Expresamente manifiesto que no soy pariente dentro de los grados de Ley, del ponente: **ROGELIO MELGAR ARANA.**

Por lo anteriormente expuesto, opino que el contenido científico y técnico de la tesis, el método y técnica de investigación, su contribución científica, su conclusión discursiva, recomendaciones; y la bibliografía relacionadas fueron las adecuadas y pertinentes, por ende se establece que el trabajo cumple con los requisitos exigidos por esta casa de estudios y cumpliendo con los requisitos establecidos en el Artículo 31 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, en virtud de lo cual considero que el trabajo de tesis llena los requisitos exigidos en el reglamento respectivo, y en mi calidad de ASESOR, emito el presente DICTAMEN FAVORABLE, y EXPRESAMENTE APRUEBO, la presente investigación, previa revisión y discusión en el Examen Público de Tesis.

Sin otro particular, me suscribo de usted, con mis muestras de alta estima,

Atentamente,

Licenciado
Martín Nolberto López Salazar
Abogado y Notario

Lic. Martin Nolberto López Salazar
Asesor



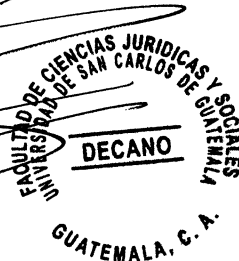
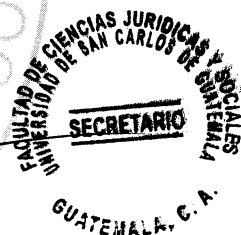
USAC
TRICENTENARIA
 Universidad de San Carlos de Guatemala



DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, 23 de mayo de 2019.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la impresión del trabajo de tesis del estudiante ROGELIO MELGAR ARANA, titulado FIJAR PLAZO AL REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL MEDIANTE UN REGLAMENTO INTERNO PARA EL REGISTRO DE SIGNOS DISTINTIVOS, APLICANDO EL PRINCIPIO DE CELERIDAD. Artículos: 31, 33 y 34 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.

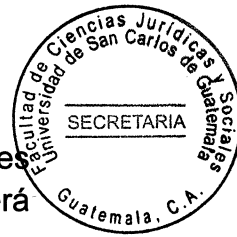
RFOM/JP.



DEDICATORIA



- A DIOS:** Ser supremo, que permitió que un simple mortal culminara una de tantas bendiciones que he recibido en la vida.
- A MIS PADRES:** Rogelio Melgar Arana y Ana María Arana Melgar, por todo el esfuerzo, sacrificios y paciencia, son forjadores de los triunfos que estoy cosechando; por ser responsables y amorosos, a los que les dedico la presente.
- A MIS ABUELOS:** Joaquín Arana Arévalo y Cora Melgar, Coronado Melgar y Gabriela Bran Cáceres (Q.E.D) quienes en mi infancia jugaron un gran papel en mi vida.
- A MI ESPOSA:** Lourdes Floridalma Solís Álvarez, por ser paciente, atenta y por apoyarme durante este tiempo de estudio, por su comprensión, por el amor incondicional que me da y por ser la persona idónea para mí y mis hijos.
- A MIS HIJOS:** Alyson Vanesa Melgar Solís, Valery Gabriela Melgar Solís y Rogelio Andree Melgar Solís, quienes son el motor de mi esfuerzo y la mejor bendición que Dios me regalo.
- A MIS HERMANOS:** Silvia Marleny Melgar Arana y Carlos Augusto Melgar Arana, por el amor, motivación, apoyo que he recibido de parte de ellos.



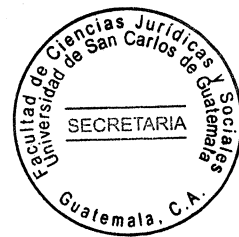
A MIS AMIGOS:

Por el conocimiento compartido y por ser piezas claves en el desarrollo de la etapa estudiantil que será inolvidable.

A: Los distinguidos catedráticos que impartieron su conocimiento para mi desarrollo intelectual.

A: La Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales en donde viví en sus aulas momentos inolvidables y recibí el conocimiento e instrucciones sobre el Derecho.

A: La Universidad de San Carlos de Guatemala, por ser mi *alma mater* y orientarme en el camino del aprendizaje.



PRESENTACIÓN

El trabajo, fue realizado en el ámbito del derecho mercantil, ya que es el encargado de desarrollar en parte los procesos en materia de propiedad intelectual y la forma en la cual se realiza el trámite en Guatemala.

El tipo de investigación desarrollada fue cualitativa, es decir, que se describieron las cualidades de un problema que se suscita en la realidad y se realizó un análisis profundo del tema a través del estudio intenso de la ley y la doctrina, para determinar la validez de la tesis que se presenta; en este caso la celeridad que deben de llevar las solicitudes que ingresan al Registro de Propiedad Intelectual en Guatemala, el trabajo fue realizado en el año 2016 a 2017.

El sujeto de la investigación, fue determinar la forma adecuada de acelerar el procedimiento del registro de signos distintivos, en el cual puede determinarse que el objeto del estudio, son los examinadores del Registro de la Propiedad Intelectual en Guatemala.

El principal aporte de la investigación fue establecer la necesidad que existe de una actualización respecto a la Ley de Propiedad Industrial y la implementación de un Reglamento Interno para el Registro de la Propiedad Intelectual. A través de estas, se podrá nivelar la cantidad de expedientes atrasados que existen hoy en día en el registro.

HIPÓTESIS



La hipótesis de la investigación, consiste en la urgente reforma e implementación de un reglamento interno en el que deberá contemplarse plazos específicos para el proceso del registro de un signo distintivo y así darle cumplimiento al principio de celeridad, haciendo uso de los medios legales para defender el derecho registral guatemalteco.

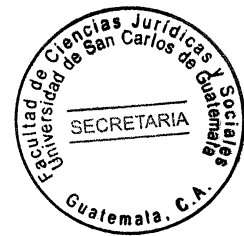


COMPROBACIÓN DE LA HIPÓTESIS

En la hipótesis se comprobó cómo valida que al determinar el efecto, la implementación de un reglamento interno con un procedimiento por parte del Registro de la Propiedad intelectual con ayuda del Ministerio de Economía para analizar y realizar diversos estudios e investigaciones con ayuda del Registrador, y así establecer los tiempos necesarios que debería de llevarse en cada paso del proceso del registro de signos distintivos.

La técnica utilizada fue la investigación de campo dentro del Registro de la Propiedad Intelectual con los examinadores de forma y de fondo principalmente que es donde se encuentra el embotellamiento de la mayoría de expedientes.

El método utilizado en la investigación fue el histórico el cual se vio la evolución que ha venido teniendo esta institución desde sus inicios hasta la fecha actual el cual ha ido mejorando cada vez más y a mi humilde criterio esta investigación va a mejorar aún más el procedimiento del registro de signos distintivos.



ÍNDICE

	Pág.
Introducción.....	i

CAPÍTULO I

1. El Registro de la Propiedad Intelectual.....	1
1.1. Objetivo y funciones.....	2
1.2. Procedimientos.....	5
1.3. El derecho registral.....	5
1.4. Definición.....	7
1.5. Naturaleza jurídica.....	9
1.6. El desarrollo del derecho registral en Guatemala.....	9
1.6.1. El derecho registral guatemalteco.....	10
1.6.2. Concepto.....	11
1.7. Principios generales del derecho.....	11

CAPÍTULO II

2. Los signos distintivos.....	13
2.1. Definición.....	13
2.1.1. Marca.....	14
2.1.2. Nombre comercial.....	15
2.1.3. Expresión o señal de publicidad.....	15
2.1.4. Denominaciones de origen.....	16
2.2. Evolución histórica de los signos distintivos.....	17
2.3. Características de los signos distintivos.....	24
2.3.1. Distintividad.....	24
2.3.2. Perceptibilidad.....	25
2.3.3. Novedad.....	26

2.3.4. Especialidad.....	27
2.3.3. Susceptibilidad de representación gráfica o mixta.....	28

CAPÍTULO III

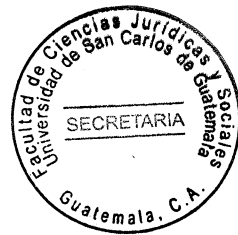
3. Organización Mundial de Propiedad Intelectual.....	29
3.1. Actividades de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.....	29
3.1.1. Su estructura.....	30
3.1.2. Responsabilidad por los resultados.....	31
3.1.3. Presentación de informes financieros.....	31
3.1.4. Supervisión.....	32
3.2. La inversión en propiedad intelectual.....	33
3.3. Las marcas en el proceso de globalización.....	36
3.4. Aspectos generales de las marcas.....	40
3.5. Tipos de marcas.....	42
3.6. Valor intrínseco de las marcas.....	50

CAPÍTULO IV

4. Procedimientos en el Registro de la Propiedad Intelectual.....	57
4.1. Las resoluciones en el registro de signos distintivos.....	61
4.2. Análisis sobre el departamento de novedad.....	66
4.3. Necesidad de la restructuración del Registro de la Propiedad Intelectual.....	68
4.4. Necesidad de modificar la norma legal en la Ley de Propiedad industrial.....	69
4.5. Creación de un Reglamento interno para acelerar el Trámite de Signos Distintivos.....	70
4.6. Principios básicos de la propiedad intelectual.....	74
CONCLUSIÓN DISCURSIVA.....	81
ANEXOS.....	83



BIBLIOGRAFÍA.....



INTRODUCCIÓN

La investigación se presenta la forma tardía que se llevan a cabo los procedimientos del registro de signos distintivos, actualmente, en el Registro de la Propiedad Intelectual y la necesidad de su actualización por parte del registro.

El objetivo general consiste en determinar la forma más adecuada de la correcta aplicación del principio de celeridad, para lograr establecer la pronta entrega del certificado de propiedad del signo distintivo y de esta manera la aplicación de una normativa interna para la agilización del procedimiento, por otra parte, la necesidad de la elaboración de un reglamento interno necesario para que el procedimiento del registro de un signo distintivo sea competitivo a nivel internacional.

La investigación se encuentra estructurada en cuatro capítulos, en el primero: expongo generalidades del Registro de la Propiedad Intelectual, abordándose los temas siguientes: El Registro de la Propiedad Intelectual, objetivo y funciones, procedimientos, el derecho registral, definición, naturaleza jurídica, el desarrollo del derecho registral en Guatemala, el derecho registral guatemalteco, concepto y principios generales del derecho; en el segundo: específico los diferentes signos distintivos y su historia en los temas de los signos distintivos, definición de marca, nombre comercial, señal de propaganda, denominación de origen, la evolución histórica de los signos distintivos, características de los signos distintivos, distintividad, perceptibilidad, novedad, especialidad y susceptibilidad de representación gráfica o mixta; en el tercero: se expone lo concerniente a la Organización Mundial de Propiedad Intelectual, su estructura, responsabilidad por los resultados, presentación de informes financieros, supervisión, la



inversión en propiedad intelectual, las marcas en el proceso de globalización, aspectos generales de las marcas, tipos de marcas y valor intrínseco de las marcas; en el cuarto se establecen lo referente a: los procedimientos en el Registro de la Propiedad Intelectual, plazos en el Registro de la Propiedad Intelectual, las resoluciones en el registro de signos distintivos, análisis sobre el departamento de novedad, necesidad de la reestructuración del Registro de la Propiedad Intelectual, necesidad de modificar la norma legal en la Ley de Propiedad Industrial, creación de un reglamento interno para acelerar el trámite de signos distintivos y principios básicos de la Propiedad Intelectual.

Por su parte los métodos de esta investigación fueron el método analítico, a través del cual se describirán los elementos de las condición actual del Registro de la Propiedad Intelectual, la pronta entrega del certificado de propiedad, análisis del procedimiento de signos distintivos, el método sintético, para simplificar el procedimiento, el método inductivo, para encontrar la falla de los procedimientos y el método científico en donde determinaremos el problema haciendo la formulación de la hipótesis, hasta su verificación por medio de diversos instrumentos de medición que se aplicaran para la obtención de la información necesaria para el efecto.

Se puede decir que la implementación de plazos en el procedimiento del registro de un signo distintivos dentro de la institución es una aportación importante a nivel comercio, puesto que se lograría un interés a favor de los comerciantes en el sentido que ellos tomarían la iniciativa de registrar sus marcas, dando valor y una protección a su intelecto.



CAPÍTULO I

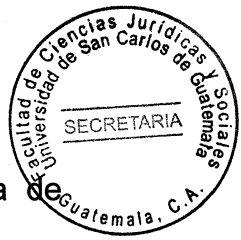
1. El Registro de La Propiedad Intelectual

La primera oficina de patentes se creó dentro del Ministerio de Fomento, mediante una legislación especial en materia de Propiedad Industrial, según Decreto N° 148 de la Asamblea Legislativa del 20 de mayo del año 1886. En esta época su función únicamente se basaba al registro de patentes de invención las cuales se llevaban un control de las invenciones de la época.

Bajo el Decreto 882 del 31 de diciembre del año 1924, fue creada la Oficina de Marcas y Patentes, la que posteriormente pasó a formar parte del Ministerio de Economía y Trabajo el 4 de diciembre del año 1944, según Decreto N° 28, donde su función ya no era únicamente el registro de patentes, sino también de signos distintivos, en esta época aún no se había denominado Propiedad Industrial.

El 16 de octubre de 1956, el Ministerio de Economía se separó del Ministerio de Trabajo y la Oficina de Marcas y Patentes, pasando a ser esta dependencia de ese ministerio, según Decreto 1117.

El Registro de la Propiedad Industrial, suspendió sus actividades el 13 de enero del año 1983, reiniciando las mismas el 29 de julio de ese mismo año, bajo el Acuerdo N° 305-83, emitido por el Ministerio de Economía.



Con la entrada en vigencia del Decreto 33-98 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos, el Registro de la Propiedad Industrial pasa a denominarse Registro de la Propiedad Intelectual, donde su función ya no era únicamente el registro de patentes de invención y de signos distintivos, sino, que también el registro de obras literarias y artísticas de intérpretes y ejecutantes, productores de fonogramas y los organismos de radiodifusión, protegiendo estas para que terceras personas no copiaran su intelecto.

El Registro de la Propiedad Industrial se transformó en el Registro de la Propiedad Intelectual por la entrada en vigencia del decreto 33-98 antes mencionado y por la garantía constitucional que protege al derecho de autor para garantizar a sus titulares el goce de la propiedad exclusiva de su obra, respetando los tratados internacionales de los cuales la República de Guatemala es parte, esto además por el desarrollo de nuevas tecnologías para la difusión de las obras que han permitido nuevas modalidades de defraudación de los derechos de propiedad intelectual.

1.1 Objetivo y funciones

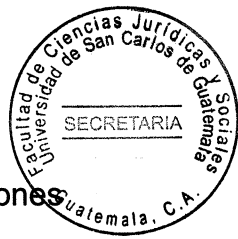
El objetivo del Registro de la Propiedad intelectual en el departamento de marcas y derecho de autor, es garantizar las actividades económicas de la industria y del comercio contra la competencia desleal y la piratería, otorgando protección a la creatividad y originalidad aplicada para obtener beneficios económicos y proteger al público consumidor, en el caso de los signos distintivos permite distinguir entre



productos similares, facilita al consumidor el conocimiento sobre la procedencia de los artículos que demanda y el en caso del derecho de autor es proteger un derecho inherente a la persona humana como artista, garantizando a sus titulares el goce de la propiedad exclusiva de su obra, desarrollando nuevas tecnologías para la difusión de las obras con nuevas modalidades para la protección de las mismas. En el caso de los signos distintivos tienen un periodo de validez de 10 años a partir del asiento registral, siendo estos renovables por un plazo igual.

El objetivo del departamento de patentes proteger legalmente los inventos y los modelos de utilidad a través de un título o certificado de patentes y a los dibujos y diseños industriales a través de un título o certificado de registro. Esta protección le confiere al inventor o solicitante la exclusividad dentro del territorio nacional, por un tiempo determinado (20 años patentes de invención. 10 años modelos de utilidad y 10 años diseños industriales prorrogables por 5 años una sola vez) sobre el respectivo invento, modelo o diseño; para reproducir, importar, comercializar y utilizar el mismo.

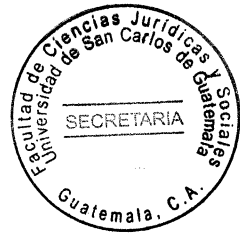
Funciones del departamento de marcas tiene a su cargo el trámite de las solicitudes de adquisición, modificación y mantenimiento de derechos sobre los distintos signos distintivos (marcas, nombres comerciales, expresiones o señales de publicidad y denominaciones de origen, marcas colectivas y marcas de certificación), funciones que se realizan en sus distintas secciones: recepción, forma y fondo, inscripciones, trasposos, (enajenaciones, licencias de uso, cambios de nombre y cancelaciones),



renovaciones, errores materiales (certificaciones, constancias y anotaciones especiales), elementos figurativos y archivos.

Funciones del departamento de Derecho de Autor y Derechos Conexos la aplicación del Decreto 33-98 Ley de Derecho de Autor y Derecho Conexos y sus reformas contenidas en el Decreto 56-2000 del Congreso de la República de Guatemala, es garantizar la seguridad jurídica a los autores, titulares de los derechos conexos y derechos patrimoniales y sus causahabientes; así como dar la adecuada publicidad a las obras, actos y documentos a través de su inscripción cuando lo soliciten los titulares.

Funciones del departamento de patentes es ingresar, analizar y clasificar la tecnología contenida en los documentos de patentes, con el fin de implementar el banco de datos para la ejecución del examen técnico de fondo; así como llevar a cabo la difusión de información tecnológica contenida en dichos documentos. Realizar el trámite técnico-administrativo de las diferentes solicitudes de patentes de invención, patentes de modelos de utilidad, solicitudes de registro de dibujos y diseños industriales, desde su ingreso hasta la obtención del título o certificado respectivo. Brindar asesoría técnico-jurídica a cualquier persona interesada que lo solicite.



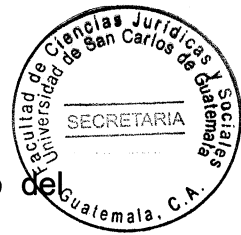
1.2 Procedimientos

Generalizando los procedimientos que lleva el Registro de la Propiedad Intelectual de los siguientes signos distintivos de marcas, nombres comerciales, expresiones o señales de publicidad, emblemas, indicaciones geográficas, marcas colectivas y marcas de certificación, los cuales ampliaremos su contexto más adelante.

1.3 El derecho registral

Los cimientos de este derecho surgen con la necesidad de llevar un registro de cada titular, con la finalidad meramente administrativa con miras a llevar una anotación de cada titular con sus bienes, se convirtió en un registro con miras a la publicidad y se puede decir que el registro es como un medio de seguridad jurídica.

El derecho registral aparece para el aseguramiento de los derechos de las personas sobre tales bienes, porque a todo lo inscrito en el Registro de la Propiedad Intelectual le viene a dar el respaldo legal y la fuerte presunción del dominio pleno del goce o del uso. El dominio es primero, podría decirse y alrededor de él giran una serie de derechos reales que también garantizan derechos de otra naturaleza, tales como los derechos reales de arrendamiento, de uso, de usufructo, derechos reales de garantía, verbigracia: prenda e hipoteca según la naturaleza del bien dado en garantía; aquí en este tipo de derecho registral, surge una gran gama de derechos, hasta llegar al derecho preventivo, cuando un bien está en litigio o cuando existe una situación en que

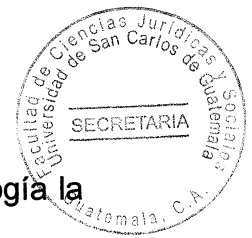


el propietario tiene que responder y en cuando encaja el derecho preventivo del demandado.

Las personas jurídicas, también adquieren bienes, los que son objeto de registro, el mismo Estado como persona jurídica necesita inscribir los bienes para su dominio para prestar servicios públicos. Así por ejemplo, el Estado a través del Ministerio de Salud Pública y Asistencia Social, adquiere un terreno por compra a un particular, en el cual va a edificar un hospital. Ese fondo tiene que inscribirse a favor del Estado y adscribirse a favor del ministerio respectivo. Hasta allí llega la seguridad que confiere el derecho registral, a los bienes de las personas jurídicas, todo esto en el caso del derecho registral de bienes inmuebles.

Ahora bien, el derecho registral de patentes, se creó por medio del decreto número 148 de la Asamblea Legislativa del 20 de mayo del año 1886, seguido de la oficina de marcas y patentes que surgió por medio del Decreto 882 del 31 de diciembre de 1924, con ello el aseguramiento de los derechos registrales intelectuales de las personas sobre sus bienes creación de su intelecto, el Registro de la Propiedad Intelectual, le viene a dar respaldo legal del pleno uso y derecho sobre el bien. Actualmente el Registro de la Propiedad Intelectual, sigue actualizándose en sus sistemas registrales para proveer una mayor y eficacia en el procedimiento del registro de signos distintivos.

El Decreto 57-2000, Ley de Propiedad Industrial, establece los plazos que tienen los usuarios al momento de notificarse las diferentes resoluciones, los cuales son



sumamente arcaicos para la evolución que ha venido teniendo el país en tecnología la cual ha sido lenta y poco favorable para los usuarios en el sentido de los plazos que en dicha ley existen aún y que no existen plazos para resolver las resoluciones que el Registro emite.

1.4 Definición

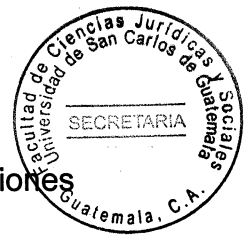
El derecho registral de la siguiente manera: “Es el conjunto de principios, doctrinas, instituciones y normas jurídicas que hacen que todos aquellos actos o hechos jurídicos surtan efectos entre las partes y principalmente frente a terceros conforme a un sistema legalista que por ser parte del derecho civil, hace uso de todas aquellas instituciones que fundamentan al mismo.”¹

“La rama del Derecho que regula la registración de los actos de constitución, declaración, transmisión, modificación y extinción de los derechos reales sobre fincas y de ciertos derechos que las afectan, así como los efectos derivados de dicha registración. La palabra registración incluye todos los asientos que pueden practicarse en el Registro.”²

García coní, afirma que el derecho registral es “un conjunto de normas que regulan las relaciones jurídicas que se perfeccionan sobre bienes susceptibles de generar efectos erga omnes producto de la publicidad de su registro, declarando que esto es derecho

¹ <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/07/01/Carreto-Jaqueline.pdf> (Consultado: 12 de noviembre de 2017)

² Palacios Echeverría, Iván. **Manual de derecho registral**. Pág. 13.



registral objetivo, mientras que las facultades que se derivan de dichas relaciones jurídicas en contacto con el registro, conforman el derecho registral subjetivo.”³

En la práctica del derecho notarial, define al derecho registral, “como una institución dotada de fe pública que brinda seguridad jurídica a los otorgantes de los actos, sus causahabientes o terceros, a través de la publicidad, oponibilidad y a veces de estos actos jurídicos o bien de hechos con relevancia jurídica.”⁴

Se hace evidente que dichos autores delimitan el objeto del derecho registral únicamente a los inmuebles.

Para efectos de esta investigación, se entiende por derecho registral el conjunto de principios, teorías, doctrinas, instituciones y normas legales que estudian la organización y protección de los derechos de los titulares de bienes, ya sea muebles o inmuebles, sus efectos y consecuencias jurídicas, relaciones entre sí con el objeto específico que se derivan de la publicidad y protección que se les otorgan los registros públicos.

En lo personal, podría definir el derecho registral como un derecho inherente que tiene todas las personas con capacidad para poder apropiarse legalmente del fruto de su intelecto y la protección que el registro le otorga, con el fin de explotar económica y comercialmente una idea que ha surgido de su imaginación.

³ García Coni, Frontini, **Derecho registral aplicado**. Pág. 49.

⁴ Ríos Hellin, Jorge. **La Práctica del Derechos Notarial**. Pág. 389.



1.5 Naturaleza jurídica

“La naturaleza jurídica del derecho registral, es de espécimen sustantivo que adjetivo. Se considera naturaleza jurídica de la publicidad, a la divulgación directa o indirecta de un hecho que puede perjudicar a un tercero o terceros, realizada en forma adecuada. El Registro de la Propiedad Intelectual, constituye el pilar de la seguridad jurídica, debido a que las negociaciones realizadas, adquieren certeza a través del principio de publicidad, que caracteriza a dicha institución.”⁵

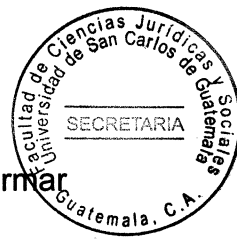
“Existe divergencia en cuanto a la naturaleza jurídica del derecho registral, ya que mientras en países como España y México existe legislación que dota de autonomía plena a esta rama del derecho, en Guatemala la legislación registral se encuentra dispersa en diferentes cuerpos normativos, sin existir aun una norma que aplique de forma general a todo lo que concierna a registros públicos.”⁶

1.6 El desarrollo del derecho registral en Guatemala

Claramente el desarrollo del derecho registral se verá de los actos y hechos jurídicos que las personas realicen y se relacionen con cada una de las ramas del derecho, lo cual hará que exista una diferenciación en cuanto al modo de llevar a cabo una registración, archivo o anotación de un acontecimiento. Nuevamente, en base a que

⁵ <http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/07/01/Carreto-Jaqueline.pdf>. (Consultado: 12 de noviembre de 2017)

⁶ Muñoz, Nery Roberto y Rodrigo Muñoz Roldán. **Derecho registral inmobiliario guatemalteco**. Pág. 4.



existen fines y principios comunes que los registros públicos tienen, se puede afirmar que existe un derecho registral como tal.

La tecnología ha ido avanzando día con día a una velocidad estimada y Guatemala ha seguido sus pasos a su velocidad poco rápida pero constante, hasta llegar a tener consultas en línea y las diferentes resoluciones que se han logrado obtener por medio de la tecnología en sus diferentes registros.

1.6.1 El derecho registral guatemalteco

Por su parte, Guatemala posee normas específicas que dan nacimiento y regulan la creación, funcionamiento y procedimientos de los distintos Registros Públicos que actualmente existen en el país, lo cual hace que entre ellos existan muchas diferencias en cuanto a cómo operan. Es decir, no existe uniformidad del sistema registral.

Hasta la fecha, no se ha realizado mayor estudio sobre el derecho registral como una rama autónoma dentro del ordenamiento jurídico guatemalteco, pues si bien se han analizado ya sobre los diferentes registros en trabajos de tesis y en algunas obras literarias, existen un vacío investigativo y analítico sobre los fundamentos generales del sistema registral operante en el país.



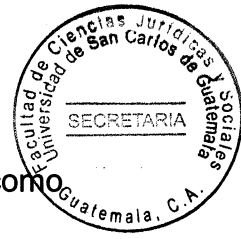
1.6.2 Concepto

El derecho registral, es un derecho de orden privado, por ser directamente la persona o el profesional del derecho el interesado en realizar las inscripciones que la ley establece, son diversos los individuos que conceptualizan al derecho registral, sin embargo, éste es una rama del derecho formada por el conjunto de normas que regulan la organización y funcionamiento de los registros públicos y los derechos inscribibles en las diversas instituciones registrales que tienen como actividad, llevar un orden lógico de las diferentes solicitudes que emana de una obligación jurídica o de una petición de terceros.

1.7 Principios generales del derecho.

En Guatemala se tienen varios principios registrales, que son tomados de diversas legislaciones, tanto sajonas como latinas, por lo que es importante mencionar, lo que al respecto de los principios generales del derecho, se enfatiza que los principios generales del derecho son “los axiomas o máximas jurídicas recopiladas de las antiguas compilaciones; o sea las reglas del derecho. Son los dictados de la razón admitidos por el legislador como fundamento inmediato de sus disposiciones, y en los cuales se halla contenido su capital pensamiento.”⁷

⁷ Cabanellas, Guillermo. **Diccionario de derecho usual.** Pág. 382.



Otras tendencias, consideran como las normas generales del derecho, es decir como sinónimo de derecho natural, también lo definen como un derecho universal común, general por su naturaleza y subsidiario por su función, aplicando como supletorio a las lagunas del derecho.

La Ley del Organismo Judicial, Reformado por el Artículo 2. Del Decreto Número 11-93, del Congreso de la República de Guatemala, en su Artículo 10 establece la definición de principios generales de derecho como: "las normas se interpretaran conforme a su texto según el sentido propio de sus palabras, a su contexto y de acuerdo con las disposiciones constitucionales. El conjunto de una ley servirá para ilustrar el contenido de cada una de sus partes, pero los pasajes oscuros de la misma, se podrán aclarar, atendiendo el orden siguiente: A la finalidad y al espíritu de la misma; a la historia fidedigna de su institución; a las disposiciones de otras leyes sobre casos o situaciones análogas; al modo que parezca más conforme a la equidad y a los principios generales del derecho"

Sin embargo, los principios generales del derecho se basan de la costumbre y la jurisprudencia, donde la jurisprudencia son fallos contestes que emiten los organismos superiores del estado, de esta manera en la Corte Suprema de Justicia emite jurisprudencia con 5 fallos contestes en el mismo sentido y en la Corte de Constitucionalidad emite jurisprudencia con 3 fallos contestes en el mismo sentido lo cual hacen doctrina legal, que es la interpretación de normas constitucionales contenidas en sentencias firmes que deben respetar los tribunales de justicia.

CAPÍTULO II

2. Los signos distintivos

Los signos distintivos son aquellos que tienen la capacidad de identificar actividades, servicios y productos en el mercado de los demás de su misma especie. Para su titular son el medio para acercarse a los consumidores, valorizar su empresa y evitar confusión así como la competencia desleal en el mercado respecto a sus competidores.

2.1 Definición

La ONAPI (Oficina Nacional de Propiedad Intelectual) define a los signos distintivos como: “cualquier signo que constituya una marca, un nombre comercial, un rotulo o un emblema, una indicación geográfica o una denominación de origen.”⁸

En el derecho mercantil se define los signos distintivos como un medio o elemento, normalmente gráfico, que sirve para diferenciar en el mercado a la propia empresa, su establecimiento principal, sucursales, productos y servicios que generan estos.

⁸ <http://www.onapi.gov.do/index.php/signos-distintivos/marcas-y-nombres> (Consultado: 22 de noviembre de 2017)



Para el Registro de la Propiedad Intelectual es cualquier signo que constituya una marca, nombre comercial, un emblema, una expresión o señal de publicidad, una denominación de origen o una marca de certificación.

2.1.1 Marca

En el Decreto 57-2000 Ley de Propiedad Industrial, en su Artículo 4, octavo párrafo, define a una marca como: “Todo signo denominativo, figurativo, mixto, tridimensional, olfativo, sonoro o mixto que sea apto para distinguir los productos o servicios de otros similares en el mercado, de una persona individual o jurídica de otra y que pueda ser objeto de una representación gráfica”.

La OMPI (Organización Mundial de Propiedad Intelectual) define una marca como: “Un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de las otras. Las marcas son derechos de Propiedad Intelectual protegidos.”⁹

Una marca es un signo que permite diferenciar los productos o servicios de una empresa de las demás. Las marcas se remontan a los tiempos en que los artesanos reproducían sus firmas o marcas en sus productos.

⁹ <http://www.wipo.int/trademarks/es/> (Consultado: 22 de noviembre de 2018).



2.1.2 Nombre comercial

Así también en el Artículo 4 del mismo cuerpo legal en el párrafo décimo segundo, define el nombre comercial como: “un signo denominativo, figurativo o mixto, con el que se identifica y distingue a una empresa, a un establecimiento mercantil o a una entidad”.

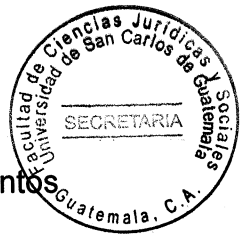
Para ONAPI (Oficina Nacional de Propiedad Intelectual) nombre comercial “es el nombre, denominación, designación o abreviatura que identifica a una empresa o establecimiento”¹⁰.

En este caso, se llega a la conclusión que el nombre comercial es un signo distintivo de forma denominativa, figurativa o mixta, que va a identificar y a distinguir los servicios que distribuye, comercializa, compra y vende una empresa, establecimiento mercantil o entidad que esté debidamente registrada.

2.1.3 Expresión o señal de publicidad

En el mismo cuerpo legal y mismo Artículo, en el quinto párrafo, se define la expresión o señal de publicidad, como “toda leyenda, anuncio, frase, combinación de palabras, diseño, grabado o cualquier otro medio similar, siempre que sea original y característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o

¹⁰ <http://www.onapi.gov.do/index.php/signos-distintivos/marcas-y-nombres> (Consultado: 22 de noviembre de 2017)



usuarios sobre uno o varios productos, servicios, empresas o establecimientos mercantiles”.

Por lo que personalmente doy una breve definición sobre la expresión o señal de publicidad o señal de propaganda como: un medio para llamar la atención a los consumidores de los servicios o productos que hay en el mercado derivados de una marca comercial, empresa o establecimientos mercantiles la cual se distinguirá por la combinación de frases, diseños o palabras atraíbles a toda persona.

2.1.4 Denominaciones de origen

Las denominaciones de origen el cual se encuentra inmerso también en el mismo cuerpo legal en su Artículo 4 como: todos aquellos nombres geográficos expresión, imagen o signo que designa o evoca una región, una localidad determinada, que identifica un producto como originario de esa región, cuando las cualidades o características del producto se deban fundamentalmente al medio donde se produce incluyendo elementos naturales humanos y culturales.

En resumen este signo distintivo es poco común, en el registro hay muy pocos productos de esa categoría por tener específicamente cualidades y características de una región, donde debe de haber un clima específico para poder dar el resultado único que es el que se pretende proteger protege.

2.2 Evolución histórica de los signos distintivos

Según Solorio Pérez, Oscar Javier indica: El derecho de marcas moderno se desarrolló mucho más tarde que los derechos de autor o las patentes, Sin embargo, los orígenes de las marcas o signos distintivos pueden encontrarse en épocas antiguas, ya sea como medio de indicación o como forma de autenticación del origen de los productos.

En el mundo romano, posteriormente, eran utilizadas para distinguir tubos de estaño, ollas de cocina, piedras, productos como quesos, vinos y colirios oculares.

Las marcas es, por lo tanto, usada entre los romanos sea como marca individual, sea como marca de fábrica, como signo indicativo tanto del artífice del lugar de producción, y esto con carácter público y al mismo tiempo comercial, cuando los turistas modernos viajan a las ruinas de la antigua Roma, en especial los restos de la ciudad de Pompeya, pueden encontrarse restos de vasijas y utensilios con signos que eran marcas del productor o fabricante.

En el lejano oriente también se utilizó en época antigua signos para distinguir el origen o la precedencia de productos, en especial a aquellos que desde la edad media comenzaron a ser objeto del comercio internacional; En China, por ejemplo, se utilizaban como signos distintivos los nombres de los fabricantes de piezas de porcelana, así como el lugar de su fabricación e incluso el destino para el cual habían sido producidas.

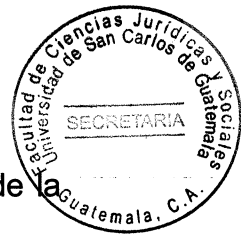


También, en el antiguo Egipto y en Mesopotamia se han encontrado signos con características similares, aplicados a ladrillos y a otros elementos utilizados en la construcción, la cual era una industria importante en dichas culturas.

En todos estos casos, el propósito de los signos distintivos utilizados se relacionaba principalmente con el interés en determinar su origen geográfico, propiedad o destino, también se trataba de determinar la autoría de ciertos trabajos a fin de que los artesanos u obreros que los realizaban pudieran percibir sus salarios o contraprestaciones.

Nótese como a estas alturas, el derecho de marcas estaba mezclado con lo que parecía ser un incipiente desarrollo en el derecho de autor o por otro lado la marca tenía una función simple pero trascendente, que sería el facilitar el control y la contabilización de objetos fabricados por un artesano, o identificarlos con respecto a otro similares o idénticos fabricados por artesanos distintos.

En la época del Imperio Romano se encuentra una de las primeras manifestaciones de una legislación que fomentaba la utilización de marcas con propósitos distintivos, en forma similar a como sucede en la actualidad, ya que la Lex Cornelia penaba la asunción y el uso de un nombre falso, de lo cual es posible deducir que también podría perseguirse la falsificación de una marca, lo cual significaría la adopción falsa de un medio de identificación.



De hecho, bajo la dictadura de Sila, la Propia Lex Cornelia permitió a la víctima de la injuria, es decir, a aquella persona cuyo signo distintivo o marca hubiera sido utilizado en forma fraudulenta, escoger entre la acción injuriarum, con la cual se podía reclamar daño a la personalidad, y la acción doli, que buscaba el resarcimiento del daño patrimonial; además de una persecución criminal, estando esta última restringida solamente a injurias graves, de las cuales no queda claro si las relativas a signos distintivos formaban parte, aunque posteriormente fue ampliada a toda clase de injurias.

Ya entrada la Edad Media, diversos signos fueron adoptados por los comerciantes y artesanos, aunque con muy diversos propósitos. Incluso hoy en día, es posible ver en las puertas de acceso de las amuralladas y antiguas ciudades medievales alemanas, como es el caso de Heildenberg y Rottembugo, diversos signos característicos que servían como forma de identificación de los productos o servicios disponibles en dicha ciudad, lo cual constituía más bien un sistema de información para los peregrinos y extranjeros que no hablaban la lengua local, pero que podían pedir acceso a la ciudad para la adquisición de productos o la contratación de servicios.

Este tipo de signos tenían la característica de ser más o menos homogéneos en extensas áreas del centro de Europa, como es el caso de muchas de las actuales ciudades alemanas; Así por ejemplo, un viajero podía ver el cartel con los signos característicos del herrero, servicio de posada, banco o el comerciante de telas, y de



esa manera, aunque no entendiese la lengua, podía percatarse de la disponibilidad de dichos servicios.

Sin embargo, el desarrollo y el avance en el uso de signos distintivos en este periodo se vinculan especialmente con la aparición de las corporaciones, mismas que frecuentemente dieron carácter obligatorio al uso de tales signos.

Este uso tenía propósitos muy diversos: identificar al artesano de manera que pudiera determinarse si había cumplido con las normas de sus oficio o arte; proteger al consumidos, al servir como mecanismo de control de las mercaderías por los oficiales corporativos; impedir la concurrencia y la importación de las mercaderías de origen extranjero; y asegurar y extender las fuentes de los tributos aplicables.

Sobre estas bases claramente distinguibles que constituyen el sistema Marcario contemporáneo, se entiende la adopción de la obligatoriedad del uso de marcas.

Frente a esta tendencia, predominantemente corporativa, a utilizar la marca para la protección de las exclusividades y norma de los gremios medievales, se destaca la posición de Bartola de Saxo Ferrato, quien reconoce la función y lineamientos modernos de dichos signos: como medio para evitar que el pueblo fuera engañado respecto de los productos identificados como marcas, ya acreditadas, conocidas y apreciadas, y que se hubieren impuesto en el mercado sobre los productos competidores en razón de su calidad.



Lo anterior indica que en el mundo medieval, al menos en la parte que a la razón era la región más avanzada de Europa, es decir, las ciudades, estados italianas, ya existía un derecho marcario con los rasgos característicos del derecho de marcas moderno.

A partir del año 1500 comenzaron a surgir diversas normas dirigidas a otorgar derechos subjetivos, propios del derecho privado, a favor de los usuarios de marcas, de esta manera, podemos encontrar en 1512, un decreto del Consejo de Nuremberg, destinado a proteger el signo "AD", utilizado por Alberto Durero para identificar sus obras; en 1554 un edicto de Carlos V, destinado a proteger las marcas de los tapices flamencos; normas francesas que extendían a los imitadores de marcas las penas aplicables a los falsificadores; así como ciertos fallos británicos que hacían responsable a quienes imitaran las marcas de sus competidores, frente a éstos.

No obstante, fue la Revolución Industrial la que vino a ser el detonador de un derecho de marcas más moderno, pues la producción en masa y la facilidad de transportación, así como el abatimiento del costo de producción por unidad trajeron consigo la posibilidad de expandir los mercados más allá de una limitada área geográfica, e incluso más allá de las fronteras nacionales.

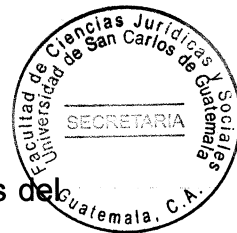
En Francia, la Ley Le Chapelier de 1771, dio fin al sistema corporativo, y con ello al régimen de marcas corporativas que venía funcionando desde la época medieval. No obstante, fue tal la anarquía que se tuvo que dictar la Ley Gremial del año XI, que aplicaba a las imitaciones de marcas la penas que pesaban sobre las falsificaciones de



instrumentos privados, pero debido a la gravedad de las penas, la aplicación de esta ley con respecto a las marcas tuvo que ser reemplazada por la ley del 28 de abril de 1824, la cual protegía los nombres comerciales colocados sobre los productos, y posteriormente la ley del 23 de junio de 1857, que establece un sistema de depósito de los signos marcarios, concesión de un derecho de propiedad sobre los mismos, y su utilización facultativa, sistema que de hecho convivía con una especie de derecho consuetudinario de marcas, ya que también podía adquirirse el derecho de propiedad sobre una marca mediante el uso; En forma simultánea, comenzaron a surgir legislaciones sobre marcas en buena parte de los países industrializados de la Europa del siglo XIX, en especial Alemania, Italia e Inglaterra.

La noción de que un fabricante que coloca a los bienes que produce su marca particular pueda prohibir a otros el uso de dicha marca para vender productos similares apareció en el derecho Anglosajón con los inicios del siglo XIX, dando origen a la conocida acción de passing off.

Los tribunales de las colonias Americanas, recién independizadas, adoptaron criterios similares con respecto a la protección de marcas comerciales, pero por muchos años, los tipos de marcas protegidas por este principio estaban limitadas. Por ejemplo, inicialmente los tribunales estadounidenses insistieron en que para que estuviese protegida una marca debía incluir el nombre del fabricante; los nombres arbitrarios o de fantasía no estaban protegidos, así como tampoco lo estaban las denominaciones de lugares.



Mientras tanto, en Guatemala la evolución en los signos distintivos fue a principios del año 1924, donde fue creada la primera Oficina de Marcas y Patentes, la que posteriormente paso a formar parte del Ministerio de Economía y Trabajo en el año de 1944.

En 1956 el Ministerio de Economía se separó del Ministerio de Trabajo y la oficina de Marcas y Patentes pasa a ser dependencia de ese Ministerio según Decreto 1117, en ese momento la Oficina de Marcas y Patentes ha venido evolucionando en el registro de los mismos.

En la entrada de vigencia del Decreto 33-98 del Congreso de la República de Guatemala, la Ley de Propiedad Industrial, en noviembre del año 2000 entra en vigencia el decreto 57-2000 del Congreso de la República Guatemala, Ley de Propiedad Industrial, el Registro de la Propiedad Intelectual, tiene convenios y tratados suscritos con la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI).

Ahora bien, lo anterior relatado es en grandes rasgos de la evolución histórica de los signos distintivos a nivel internacional y a nivel nacional, hoy en día se trata de ir a la vanguardia para facilitar aún más la protección de los signos distintivos por medios electrónicos que tanto, personas Jurídicas como personas individuales pueden solicitar dicha protección.

2.3 Características de los signos distintivos

Básicamente son cinco las características que a su vez se constituyen en requisitos esenciales para que una marca sea susceptible de inscripción. Así como son: La distintividad, La perceptibilidad, novedad, especialidad y la susceptibilidad de representación gráfica o mixta. Las cuales se desarrollan a continuación.

2.3.1 Distintividad

“Los tratadistas discrepan en cuanto a los elementos esenciales que intrínsecamente deben reunir un signo para contar con la protección jurídica, sin embargo, coinciden en conceder importancia a la fuerza distintiva del signo con respecto a una clase de productos o servicios, a la que también se ha denominado aptitud distintiva suficiente, condición que se traduce en esa potestad necesaria de individualizar los productos o los servicios designados por marca para diferenciarlos y distinguirlos de los otros, es decir, de aquellos a los que la marca no protege.

Este carácter distintivo está directamente relacionado con los productos o servicios que va a distinguir, y mientras el signo esté más alejado de las características genéricas y descriptivas de los productos, será más distintivo de ese producto”¹¹.

¹¹ http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_7694.pdf (Consultado: 2 de diciembre de 2017)

Cuando se habla de distintividad, se viene a la mente que tiene que ser novedoso, que haya salido del intelecto humano, que no sea el retrato o el espejo de otro signo o que cambien una letra o una imagen, porque el signo distintivo es copiado de otro pierde automáticamente la distintividad.

Aunque cambien ya sea fonéticamente o que sea fonéticamente igual pero que se escriba diferente, siempre va a perder distintividad, como en el caso de las marca dove y su diseño de ave, nike y su diseño de cheque tiene una competencia desleal en el mercado negro con las marcas dov y su diseño de ave y naiki y su diseño de cheque, donde fonéticamente se escuchan igual pero al observar sus denominaciones y sus diseños son parcialmente diferentes por lo que estas marcas en Guatemala no son registrables, por lo tanto el Registro de la Propiedad Intelectual por ninguna razón debe de admitir estas marcas, objetándolas de oficio en el momento que se hace el examen de forma y seguidamente al notificarse dicha resolución esta quedara sin efecto de registro.

2.3.2 Perceptibilidad

“Es la cualidad que tiene un signo de expresarse y materializarse para ser aprehendido por los consumidores o usuarios a través de los sentidos y asimilado por la inteligencia. Siendo la marca un bien inmaterial, para que pueda ser captada y apreciada, es necesario que lo abstracto pase a ser una impresión material identificable, soportado en una o más letras, números, palabras, dibujos u otros elementos individual o

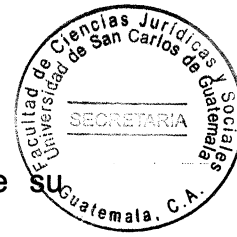
conjuntamente estructurados a fin de que, al ser aprehendidos por medios sensoriales y asimilado por inteligencia, penetre en la mente de los consumidores o usuarios del producto o servicio que pretende amparar dicha marca y de esta manera, pueda ser identificada con facilidad".¹²

En este sentido que los signos distintivos se pueden apreciar por medios sensoriales asimilados por nuestra precepción identificando así, cada una de las marcas de productos o servicios que se encuentran en el mercado, como por ejemplo: Pollo Campero, Cerveza Gallo, Nivea, Gillette, entre otros.

2.3.3 Novedad

Es la esencia que tiene un signo distintivo de ser nuevo, esto quiere decir que es diferente y generalmente estimulante o inspirador, algo que acaba de aparecer y no existe en ningún lugar del mercado nacional incluso el internacional, en el caso de los signos distintivos novedosos llaman mucha la atención del consumidor por tener este un espacio emergente en el mercado de productos o servicios en donde es diferente del catalogo de productos o servicios que hayan visto anteriormente, incluso podría tomarse como novedoso una mejora, una evolución importante a un producto de una marca en particular, como podría mencionar la marca Iphone, donde la marca si bien es cierto ya existía le fueron adicionando mejoras con las cuales fueron registrando las

¹² Ibid.

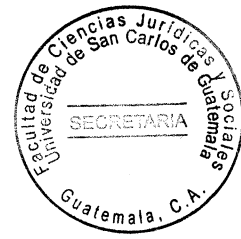


mismas para su protección las cuales se pueden mencionar: Iphone 1, que presentación fue en el año 2007 hasta el Iphone XS hoy en día.

2.3.4 Especialidad

Significa que al otorgarse un registro marcario, este otorga protección para los productos o servicios para los cuales se concedió registro, por esta razón, es posible la existencia y convivencia de marcas idénticas o semejantes con gráficos diferentes incluso similares para distinguir productos o servicios distintos y de distinto titular; Por ejemplo: Es posible que convivan en la vida comercial la marca Las Rosas para distinguir una residencia de adulto mayor, de la clase 43, con productos de la clase 24, que distingue ropa de cama, la cobertura es tan disímil que no genera confusión en el público consumidor.

Este principio se rompe con las denominadas marcas famosas o notorias, en efecto, de darse marcas famosas a terceros, el público consumidor se confundiría con el origen empresarial de los productos o servicios, pues siempre se tenderá a considerar que el origen empresarial es el del verdadero creador de la marca famosa.

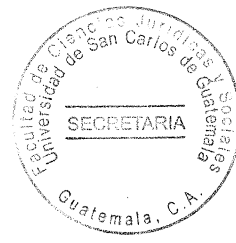


2.3.5 Susceptibilidad de representación gráfica o mixta

Es la aptitud que tiene un signo de ser descrito o reproducido en palabras, imágenes, fórmulas u otros soportes escritos, para que sea perceptible y ser captado por el público consumidor.

La representación gráfica del signo es una descripción que permite formarse la idea del signo objeto de la marca, valiéndose para ello de palabras, figuras o signos, o cualquier otro mecanismo idóneo, siempre que tenga la facultad expresiva de lo anteriormente señalado.

Básicamente es lo contrario a la perceptibilidad porque con esta característica se describe expresamente los elementos de una marca y automáticamente sabemos de qué marca se está hablando.



CAPÍTULO III

3. Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

“La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es el foro mundial en lo que atañe a servicios, políticas, información y cooperación en materia de propiedad Intelectual, es un Organismo de las Naciones Unidas, autofinanciado, que cuenta con 189 estados miembros, tiene su sede en Ginebra Suiza”.¹³

“El mandato y los órganos rectores de la OMPI, así como los procedimientos que rigen su funcionamiento, están recogidos en el convenio de la OMPI, por el que se estableció la organización en 1967.”¹⁴

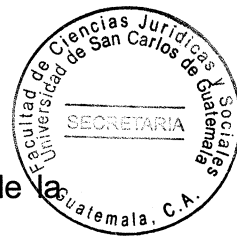
Esta organización se encarga de llevar la iniciativa en el desarrollo de un sistema internacional de Propiedad Intelectual equilibrado y eficaz, así como dar capacitación y herramientas para los países que están un poco atrasados con la tecnología que permita la innovación y la creatividad en beneficio de todos.

3.1 Actividades de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual

Dentro de las actividades, que desarrolla cada una de las divisiones de la OMPI, bajo la conducción de un director, que se encarga de ejecutar los diferentes programas

¹³ <https://www.wipo.int/about-wipo/es/> (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

¹⁴ *Ibíd.*



específicos destinados a alcanza las nueve metas estratégicas y los objetivos de la organización.

3.1.1 Su estructura

“La estructura organizativa de la OMPI se compone principalmente de siete sectores, cada uno dirigido por un alto directivo con cargo de director general adjunto o subdirector general, que actúa bajo el mandato del director general.

Los sectores están a su vez constituidos por unidades, denominadas generalmente divisiones o departamento, dirigidas por directores y a las que incumbe la ejecución de todas las actividades necesarias para desarrollar los programas y producir los resultados aprobados por los estados miembros en el presupuesto por programas bienal.”¹⁵

La estructura de esta organización está dividida por direcciones, subdirecciones, divisiones y departamentos donde tienen la particularidad de ser autofinanciada por lo que entraría a una división de una organización autónoma.

¹⁵ https://www.wipo.int/about-wipo/es/activities_by_unit/ (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

3.1.2 Responsabilidad por los resultados

“Los objetivos, la medición del rendimiento y la plantificación presupuestaria respecto de todas las actividades que se propone realizar en la OMPI, se recogen en el presupuesto por programas de la organización.

Cada año, en el informe sobre el rendimiento de los programas, esta institución presenta a sus Estados miembros los informes sobre los resultados.”¹⁶

Es entonces el motivo, que cada vez que esta organización da capacitaciones a otros países, les exige que les proporcionen informes sobre el impacto que obtuvieron en la implementación de capacidades en cada país con la aplicación de las capacitaciones recibidas.

3.1.3 Presentación de informes financieros

“La OMPI, presenta a las asambleas de los Estados miembros informes bienales de gestión financiera y estados financieros anuales, preparados de conformidad con las Normas Internacionales de Contabilidad del Sector Público (IPSAS).”¹⁷

Esta organización como otras en el mundo son supervisadas constantemente por sus financieros cumpliendo así, con la presentación de informes financieros entregados a la

¹⁶ <https://www.wipo.int> Op. Cit.

¹⁷ *Ibíd*

auditoria que se los requiere, dando el informe correspondiente de cada actividad que tiene como cualquier entidad.

3.1.4 Supervisión

“El funcionamiento y las actividades de la Organización están supervisados y evaluados por órganos externos e internos como la CCIS que es un órgano especializado de consultoría externa que presta asistencia a los estados miembros en la supervisión de las operaciones de la OMPI, el auditor externo, que es el que emite su parecer sobre los estados financieros de la institución y el cumplimiento del reglamento financiero y la reglamentación financiera en las transacciones, así también puede formular observaciones acerca de la eficacia de los procedimientos financieros, el sistema de contabilidad, la fiscalización financiera interna y en general, la administración y la gestión de dicha institución y la división de supervisión Interna, que es el órgano independiente de supervisión interna que presta asistencia al director general en sus responsabilidades de gestión y a los directores de programa en la consecución de los objetivos de la institución.”¹⁸

La labor de la división se rige por la carta de auditoria interna, aprobada por la asamblea general, sus informes son publicados en este sitio web de conformidad con la carta y la política de publicación de informes.

¹⁸ <https://www.wipo.int/about-wipo/es/oversight/> (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

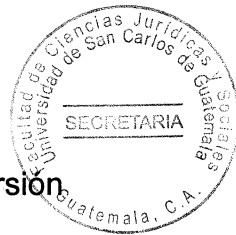
3.2 La inversión en propiedad intelectual

López Romero, Tatiana indica: Los derechos de propiedad intelectual cada día cobran más importancia dentro de las economías de las naciones, así lo reclama el desarrollo acelerado de industrias como la farmacéutica y la biotecnológica, cuyo éxito recae principalmente en las patentes el knowhow y la información confidencial.

Los países de desarrollo son conscientes de esta situación y en consecuencia, se ha ido preparando gradualmente para adoptar medidas e instrumentos jurídicos que les permitan hacerle frente.

La comunidad internacional ha sido protagonista activa dentro de este escenario, y ha facilitado a los Estados y en particular a los países en vías de desarrollo el avance en dicho proceso de adaptación gradual a las exigencias globales en materia de protección de los derechos de propiedad intelectual.

Desde hace un tiempo, además, los estados han acudido a los tratados bilaterales de inversión, y han descubierto en ellos un nuevo escenario para debatir la protección de la Propiedad Intelectual, al punto que hoy en día podría hablarse de una tendencia mundial hacia la suscripción de los tratados bilaterales de inversión contentivos de normas de propiedad intelectual.



La inclusión de los derechos de propiedad intelectual dentro del concepto de Inversión no solamente refuerza la importancia que este tema tiene en la actualidad, sino que además se presta para ampliar el alcance de la obligación de los Estados de proteger la Propiedad Intelectual, por encima incluso de los estándares mínimos adoptados en los foros internacionales.

Guatemala se ha ido desarrollando en un ámbito comercial debido a tratados y compromisos internacionales que ha pactado con otros Estados en vía de desarrollo y desarrollados, la Propiedad Intelectual en nuestro país avanza poco a poco en su economía haciendo cada vez más importante el registro de signos distintivos ampliando el alcance de estándares en esta materia.

“que el desarrollo de iniciativas empresariales de gran impacto es consecuencia de diversas cualidades de individuos o equipos que identifican una oportunidad en el mercado. Un claro ejemplo es el de Mauricio Pinzón Pinzón, un abogado que hace muchos años se anticipó a una realidad y le apostó a lo que otros no alcanzaban a vislumbrar como fundamental.”¹⁹

Para ese entonces, darle importancia a los intangibles, como es la propiedad intelectual de las empresas, resultaba no solo algo poco común sino innecesario.

¹⁹ [https://www.portafolio.co//Diario Digital Portafolio, Noticias de economía y negocios en Colombia y el Mundo](https://www.portafolio.co//Diario-Digital-Portafolio,Noticias-de-economía-y-negocios-en-Colombia-y-el-Mundo). (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

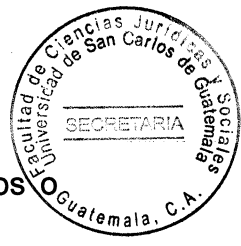


Históricamente, el empresario colombiano se ha preocupado más por mercadear que por proteger su propiedad intelectual, debido, en gran parte, al desconocimiento sobre el tema.

Hoy, si bien no se puede hablar de una cultura sólida de la protección en este campo del empresario colombiano, si se ha avanzado mucho y cada vez son más quienes se suman al entendimiento de que la diferenciación se gesta desde el conocimiento, y de que la propiedad intelectual se puede convertir en el activo máspreciado de las organizaciones.

Entonces, haber sido pioneros en un tema que no era asumido como estratégico, y que hoy ya está posicionándose en la mente de las organizaciones, refleja que se ha cumplido con la misión de evangelizar sobre la importancia de hacer vales el conocimiento, que fue lo que Pinzón Pinzón y asociados se trazó como objetivo desde su fundación, en 1988, cuando su foco exclusivo era la propiedad intelectual en toda su comprensión: protección de marcas, patentes y derechos de autor, si bien hoy proyecta sus capacidades y talentos a todas las áreas legales.

Por ese entonces, darle importancia a los intangibles, como es la propiedad intelectual de las empresas, es un tema sumamente importante para esta investigación por lo que se le puede dar un valor de inversión a los signos distintivos y asimismo proteger nuestro intelecto y así darle un mejor servicio a los usuarios que tramitan los diferentes



signos distintivos, esto para motivarlos proteger de manera legal dichos intelectos creaciones de nuestros guatemaltecos.

3.3 Las marcas en el proceso de globalización

Según Jordi Montaña, Josep Franch: La globalización es un término que se ha vuelto cada vez más popular, como apunta el catedrático economista de Escuela Superior de Administración y Dirección de Empresas (ESADE) Luis de Sebastián, “la globalización es el nombre genérico con el que se conoce actualmente a un conjunto de fenómenos socioeconómicos relacionados entre sí, que han acarreado una interdependencia funcional entre sociedades distintas y alejadas geográficamente.

Esta interdependencia ha tenido una notable influencia en las relaciones comerciales entre las naciones, afectando al marketing de las empresas y más en concreto a sus marcas.

Pero el fenómeno de globalización de las marcas no es ni mucho menos nuevo, existen marcas, como Aspirina, de Bayer, que fueron creadas hace más de 100 años y rápidamente difundidas por todo el mundo; Otras, como Coca-Cola o Knorr, también son centenarias, si bien tardaron algo más en globalizarse, Coca-Cola se popularizó en el mundo a partir de la segunda guerra mundial, acompañando a las fuerzas armadas de Estados Unidos.



Hay marcas que nacieron en un país y ya llevan más de 50 años en todo el mundo como L'Oréal, Heineken, Camel o Persil; Otras, se hicieron globales rápidamente, como Apple, Swatch o Sony.

Las marcas españolas también iniciaron su proceso de internacionalización hace bastantes años y marcas como Chupa Chups, Freixenet o Torres son ya marcas globales hoy en día; Otras marcas, como Smint, nacieron ya globales.

Si bien el fenómeno de globalización de las marcas no es nuevo, lo que sí es nuevo es la tendencia en muchas empresas a dar mayor protagonismo a sus marcas globales, el presidente de unilever manifestaba no hace mucho que uno de sus objetivos es reducir el número de marcas globales de 1.600 a 400, Estas 400 marcas realizan el 90% de la facturación del grupo.

La globalización puede proporcionar gran estabilidad a una marca, es un hecho que las marcas líderes en Estados Unidos en los años veinte son las marcas líderes en nuestro mundo hoy, una de las razones podría ser la tendencia a una cierta homogeneización de los gustos de los consumidores en distintos países; Cuando menos, los comportamientos de compra y consumo de determinados segmentos tienden a ser cada vez más parecidos, seguramente los yuppies de Nueva York, de Madrid, de Múnich, de Bogotá o de Tokio se comportan de modo similar en sus patrones de compra.



Marcas como Armani, Rolex, Chanel, Gucci, BMW, Moët&Chandon o Hermès satisfacen la necesidad de estatus, prestigio o exclusividad del mismo modo en cualquier mercado; Los teenagers son otro ejemplo de un segmento que se comporta de modo similar en distintos países, compartiendo determinados valores e ideales y para el que marcas como Quicksilver, Zara, Playstation, Nike o MTV forman parte del mismo imaginario colectivo.

Los viajes al extranjero, sea por motivos profesionales o por turismo, influyen en esta homogeneización de los gustos y las tendencias, igualmente contribuye a ello la disponibilidad hoy en cualquier mercado de productos que antes tenían dificultades para salir de su país de origen, gracias a los menores obstáculos que existen hoy en día al comercio internacional también influye la exposición a medios de información y de comunicación.

Sin duda alguna, Internet ha propiciado esta exposición internacional de forma determinante, la cultura de todos los países se ve influida por películas, televisión y música que se producen en otros sitios y que se difunden de modo inmediato.

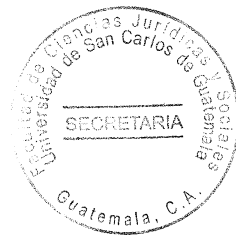
Esta universalización de la cultura permite la globalización de muchos productos y marcas, ya que si han tenido éxito en sus países de origen, a buen seguro que tienen unas ventajas que pueden ser reconocidas y apreciadas en otros países.



Desde que apareció el concepto de globalización en la década de los 90 las opiniones se han polarizado, algunos pensamos que la globalización podría ser el antídoto que este planeta está esperando, ya que hemos reconocido permita a todos tener las mismas oportunidades de desarrollo y crecimiento; sin embargo, No bastante y a pesar de las diferentes posturas a las que nos podemos enfrentar, es una realidad que la globalización ha comenzado a operar y lo ha hecho de lleno, para muestra de eso basta que echemos un vistazo en las importaciones y exportaciones de diferentes productos que viajan de diferentes lugares del mundo, fortaleciendo algunos países en las relaciones comerciales, aunque esto no es nuevo, ha existido a lo largo de la historia.

Los egipcios intercambiaban productos, los incas también lo hacían y hasta los mismos vikingos lo hicieron, aunque lo realizaban por el hecho de obtener recursos naturales escasos o nulos en su lugar de origen.

En base a lo anterior podemos decir que la globalización es un fenómeno antiguo que ha ido adquiriendo muchas auge en el tema de las marcas al paso de los años, en Guatemala por tenemos un número significativo de marcas prestigiosas globalizadas que han ido tomando cada vez más prestigio por éste medio que ha ido abriendo puertas para el ingreso de nuevas marcas globalizadas en nuestro país, debido a que los mercados internacionales han tenido bastante campo en el ámbito de sus inversiones de empresas y sociedades que tienen registrada sus signos distintivos, las cuales toman un valor más, al momento de expandirse en nuestra región.



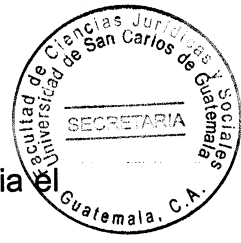
3.4 Aspectos generales de las marcas

“Los legisladores empezaron a tomar conciencia de la importancia de proteger los derechos intelectuales, derechos de autor y derechos comerciales representados a través de las marcas. Con el descubrimiento de América los signos y marcas en los productos proliferaron, el comercio se convirtió en algo de importancia vital y los compradores revisaban bien los símbolos y marcas de los productos para saber si eran de China, España, Francia o Inglaterra.

A partir del siglo XVIII existían verdaderos emporios comerciales que giraban alrededor de una marca, un signo, un dibujo y hasta un retrato, en ese tiempo se hicieron los primeros intentos por evitar las falsificaciones.”²⁰

Guatemala, El Salvador, Honduras, Nicaragua y Costa Rica para alcanzar los objetivos del programa de integración Económica Centroamericana preciso modernizar y adecuar a las necesidades efectivas de derechos industriales e intelectuales, además todas aquellas leyes que tienen una relación directa con el mismo y convencidos de que es desde todo punto de vista conveniente uniformar las normas jurídicas que regulan las marcas, nombres comerciales, expresiones o señales de propaganda y las que tienden a asegurar una leal y honesta competencia, firmaron unánimemente un Convenio Centroamericano para la protección de la Propiedad Industrial, el cual

²⁰ http://biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_8701.pdf (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)



conviene unificar a nivel Centroamericano, lo relativo a la legislación en esa materia el 25 de septiembre de 2006.

En cuanto a marcas, la convención no regula las condiciones para la presentación y registro de marcas, por lo cual deberán determinarse según la ley nacional de cada estado contratante, cuando una marca haya sido debidamente registrada en el país de origen, deberá, previa solicitud, ser aceptada para registro y protegida en su forma original en los demás estados contratantes; sin embargo, el registro puede ser negado en casos bien definidos.

En un Estado contratante el uso de una marca registrada no es obligatorio, el registro puede ser cancelado por falta de uso sólo después de un periodo razonable y únicamente si el dueño no logra justificar su inactividad, se deberá conceder protección a las marcas colectivas.

Se establece una clasificación de productos y servicios para el propósito de registrar marcas, como la clasificación de NIZA.

Este sistema agrupa todos los productos y servicios en 45 clases donde: de la clase 1 a la 34 para productos, y de la clase 35 a la 45 para servicios permitiendo al usuario especificar de forma precisa y clara las clases que cubren su marca, de esta forma, cuando una persona presenta una solicitud de registro de marca en cualquiera de los

países contratantes, puede utilizar el mismo sistema de clasificación, haciendo el proceso más expedito y fácil para el solicitante.

Las primeras leyes de Propiedad Industrial, las cuales tuvieron sus inicios en Francia en el año de 1824, Estados Unidos de América en el año de 1881, en Inglaterra en 1883, Alemania en el año de 1894, entre otras.

En Guatemala con el Convenio Centro Americano de Propiedad Industrial en el año de 1968 y posteriormente el decreto 57-2000 que está en vigencia con sus reformas actuales, el decreto 3-2013, con los acuerdos gubernativos 148-2014 reformas al acuerdo gubernativo 862-2000, arancel del registro de la propiedad intelectual en materia de propiedad industrial y las del acuerdo gubernativo número 89-2002, reglamento de la ley de propiedad industrial.

3.5 Tipos de marcas

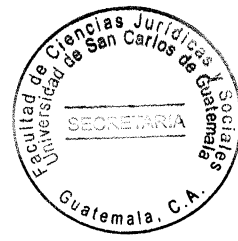
Las marcas pueden ser:

- a) Marcas denominativas, las cuales son una o más palabras con o sin significado idiomático, como por ejemplo: Lactofar, Inolvidable Tugo;
- b) Marcas Figurativas, son las figuras, imágenes, combinación de colores, símbolos o dibujos;
- c) Marcas Mixtas, son la combinación de una marca denominativa y una marca figurativa;



- d) Marca Tridimensional, son cuerpos los cuales se visualizan en tres dimensiones como podrían ser el Diseño Tridimensional de una botella; Diseño Tridimensional de una forma Cilíndrica que deben ser diferentes a las formas comunes;
- e) Marcas Sonoras, estas son sonidos que deben ser diferentes a las formas comunes con capacidad distintiva para el consumidor, entre ellas podemos mencionar el sonido del rugido de un león de la marca prestigiosa en la cinematografía Metro Golden Mayer;
- f) Frase Publicitaria, como son los slogan y lemas comerciales que se usan para atraer la atención de los consumidores como por ejemplo la frase Red Bull te da alas y
- g) Marcas Olfativas, las cuales tienen capacidad distintiva en cuanto al olor que emana de un producto.

La Ley de Propiedad Industrial Decreto 57-2000 en su Artículo 16 establece que signos que pueden constituirse como marcas, que literalmente expresa: “las marcas podrán consistir en palabras o conjunto de palabras, letras, cifras, monogramas, figuras, retratos, etiquetas, escudos, estampados, grabados, viñetas, orlas, líneas y franjas y combinaciones y disposiciones de colores, así como cualquier combinación de estos signos. Pueden asimismo consistir en marcas sonoras y olfativas, en la forma, presentación o acondicionamiento de los productos, sus envolturas o empaque, el medio de expendio de los productos o los servicios correspondiente, y otros que a criterio del registro tengan aptitud distintiva.”



Las marcas podrán consistir en indicaciones geográficas nacionales o extranjeras, siempre que sean suficientemente arbitrarias y distintivas respecto de los productos o servicios a los cuales se apliquen, y que su empleo no sea susceptible de crear confusión o asociación con respecto al origen, procedencia, cualidades o características de los productos o servicios para los cuales usen las marcas.

La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar la marca en ningún caso será obstáculo para el registro de la marca. Será facultativo el empleo de una marca para comercializar un producto o servicio y no será necesario probar uso previo para solicitar u obtener su registro.

Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos y en ella se exprese el nombre de un producto o servicio, el registro sólo será otorgado para ese producto o servicio.

Cualquier exigencia relativa a la utilización, en determinada proporción, del nombre común o genérico del producto o servicio que ampare una marca, no deberá menoscabar la capacidad distintiva de esta”.

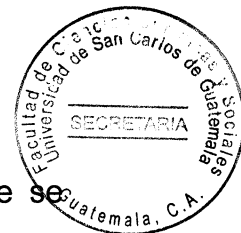
Citando el artículo anterior se puede ver los diferentes tipos de marcas que existen en nuestra legislación y las diferentes opciones que los guatemaltecos tienen para poder hacer uso de su intelecto humano para la protección legal de sus productos y servicios



para que al momento de su utilización personas ajenas a sus empresas o sociedades no puedan copiar sus ideas para la distribución de sus productos o servicios.

Signos no registrables que producen nulidad absolutas que están inmersas en el Artículo 20 de Ley de Propiedad Industrial Decreto 57-2000, "marcas inadmisibles por razones intrínsecas. No podrá ser registrado como marca, ni como elemento de la misma, un signo que este comprendido en alguno de los casos siguientes:

- a) Que no tenga suficiente aptitud distintiva con respecto al producto o al servicio al cual se aplique;
- b) Que consista en la forma usual o corriente del producto o del envase al cual se aplique o en una forma necesaria o impuesta por la naturaleza del producto o del servicio de que se trate;
- c) Que consista en una forma que dé una ventaja funcional o técnica al producto o al servicio al cual se aplique;
- d) Que consista exclusivamente en un signo o una indicación que, en el lenguaje corriente, técnico o científico, o en los usos comerciales del país, sea una designación común o usual del producto o del servicio de que se trate;
- e) Que consista exclusivamente en un signo, una indicación o un adjetivo que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o del servicio de que se trate, su traducción a otro idioma, su variación ortográfica o la construcción artificial de palabras no registrables;
- f) Que consista en un simple color aisladamente considerado;



- g) Que consista en una letra o un dígito aisladamente considerado, salvo que se presente en una forma especial y distintiva;
- h) Que sea contrario a la moral o al orden público;
- i) Que comprenda un elemento que ofenda o ridiculice a personas, ideas, religiones o símbolos nacionales de cualquier país o de una entidad internacional;
- j) Que pueda causar engaño o confusión sobre la procedencia geográfica o cultural, la naturaleza, el modo de fabricación, las cualidades, la aptitud para el empleo o el consumo, la cantidad o alguna otra característica del producto o del servicio de que se trate;
- k) Que consista en una indicación geográfica que no se ajuste a lo dispuesto en el artículo 16 párrafo dos de esta ley;
- l) Que reproduzca o imite, total o parcialmente, el escudo, bandera, símbolo, emblema, sigla, denominación o abreviación de denominación de cualquier estado u organización internacional, sin autorización de la autoridad competente del Estado o de la organización internacional de que se trate;
- m) Que reproduzca o imite, total o parcialmente, un signo oficial de control o de garantía adoptado por un Estado o una entidad pública, sin autorización de la autoridad competente de ese Estado;
- n) Que reproduzca monedas o billetes de curso legal en el territorio de cualquier país, títulos valores u otros documentos mercantiles, sellos, estampillas, timbres o especies fiscales en general;
- ñ) Que incluya o reproduzca medallas, premios, diplomas u otros elementos que hagan suponer la obtención de galardones con respecto al producto o servicio



correspondiente, salvo que tales galardones hayan sido verdaderamente otorgados al solicitante del registro o a su causante y ello se acredite al tiempo de solicitar el registro;

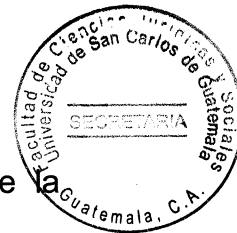
- o) Que consista en la denominación de una variedad vegetal, protegida en el país o en algún país del extranjero, y con relación a los productos que identifica la variedad de que se trate; y
- p) Que sea o haya sido una marca de certificación cuyo registro fue anulado, o que hubiere dejado de usarse por disolución o desaparición de su titular, a menos que hayan transcurrido por lo menos diez años desde la anulación, disolución o desaparición, según el caso. Sin perjuicio de lo establecido en los literales a), d), e), f) y g) del párrafo anterior, podrá admitirse para su trámite el registro de la marca, o podrá renovarse una ya registrada, cuando a criterio del Registro y conforme a las pruebas que sobre el particular presente el solicitante, se establece que un signo comprendido en esos supuestos ha adquirido suficiente aptitud o carácter distintivo respecto de los productos o servicios a los cuales se aplica derivado del uso continuado del mismo en el comercio”.

A lo que se refiere este artículo es que marcas no deben ser admitidas o registradas por tener una prohibición tacita legal en los casos anteriormente citados, siendo estas rechazadas de oficio por dicha institución, por ser propio o característico de la cosa que se expresa por si misma sin depender de las circunstancias.



Por otro lado se tienen las marcas inadmisibles por derechos de terceros que se encuentran inmersas en el mismo cuerpo legal en su Artículo 21 "No podrá ser registrado como marca, ni como elemento de la misma, un signo cuando ello afecte algún derecho de tercero. En vía puramente enunciativa, se mencionan los siguientes casos:

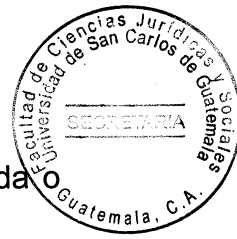
- a) Si el signo es idéntico o similar a una marca o una expresión de publicidad comercial registrada o solicitada con anterioridad por un tercero, para los mismos o similares productos o servicios, o para productos o servicios diferentes cuando pudieran causar confusión o crear un riesgo de asociación con esa marca o expresión de publicidad comercial;
- b) Si el signo puede causar confusión por ser idéntico o similar a un nombre comercial o un emblema usado en el país por un tercero desde una fecha anterior, en una empresa o establecimiento que negocie normalmente con mercancías o preste servicios iguales o similares a los que se pretende identificar con la marca, o que pueda debilitar o afectar su distintividad;
- c) Si el signo constituye una reproducción, imitación, traducción o transcripción, total o parcial, de una marca notoria de un tercero, aunque no esté registrada en el país, cualesquiera que sean los productos o servicios a los cuales el signo se aplique, si su uso y registro fuese susceptible de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o un aprovechamiento injusto de la notoriedad del signo, o que debilite o afecte su fuerza distintiva;
- d) Si el signo afecta el derecho de la personalidad de un tercero, en especial tratándose del nombre, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen o retrato de



- una persona distinta de la que solicita el registro, salvo que se acredite la autorización de esa persona o, si hubiese fallecido, el de quienes hayan sido declarados legalmente sus herederos;
- e) Si el signo afecta el nombre, la imagen o el prestigio de una colectividad local, regional o nacional, salvo que se acredite la autorización expresa de la autoridad competente de esa colectividad;
 - f) Si el signo constituye una reproducción o imitación, total o parcial, de una marca de certificación protegida;
 - g) Si el signo infringe un derecho de autor o un derecho de propiedad industrial de un tercero; y
 - h) Si el registro del signo pudiera servir para perpetrar o consolidar un acto de competencia desleal”.

En este artículo se puede observar que las marcas que ingresan al registro llevan impreso la fecha y la hora de ingreso para darle valor al derecho de prioridad para las personas que ingresan sus signos distintivos para su respectivo registro, teniendo así ya un derecho adquirido, donde terceras personas no tiene dicho derecho por un procedimiento anterior, el cual le da la exclusividad del uso de la misma en el mercado nacional y si quiere expandirse a nivel internacional deberá de ir a cada país a solicitar el registro su signo distintivo.

Si es el caso que alguna tercera persona ingresara una marca igual o parecida el registro la objetara al momento de hacer el examen de fondo incluso en el examen de



forma, así también si el registro decidiera otorgar el edicto de una marca parecida igual por cualquier motivo la persona que tiene el derecho podrá interponer una oposición para demostrar que él la adquirió anteriormente de forma legal el derecho sobre su signo distintivo.

3.5 Valor intrínseco de las marcas

El valor intrínseco de una marca es el valor que se otorga a cada acción cuando se calcula el valor de una empresa tomando como indicadores su actividad económica, su evolución, expectativas, crecimiento. El mercado y valor intrínseco son términos amplios usados para definir varias cosas diferentes en el mundo financiero. Son usados comúnmente para describir la valorización explícita de las compañías que cotizan en bolsa, pero también pueden ser para describir la valorización de las opciones de acciones.

En el caso de las marcas estas al entrar en competición, desde la perspectiva más amplia posible podemos decir que un producto o servicio es algo que tiene valor para alguien, donde algo es un término que puede incluir cualquier cosa ofrecida para su atención, adquisición o consumo, tales como ideas, bienes, servicios, lugares, organizaciones, personalidades.



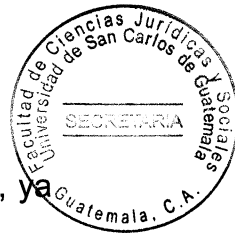
Ahora bien algo que tenga valor significa que lo ofrecido puede satisfacer una necesidad o deseo, llenar un requerimiento o proporcionar un beneficio, hasta conseguir lo que se ofrece por un intercambio.

Estratégicamente, este planteamiento exige considerar el beneficio que el cliente recibe como una parte muy importante del producto o servicio intercambiado y no solamente como una consecuencia de la transacción; estos beneficios pueden ser funcional, en cuanto se desprenda de las características físicas del producto o servicio, o de su desempeño; pero también puede ser de tipo social y psicológico.

Una empresa debe tomar decisiones que la lleven a diseñar su ofrecimiento al mercado y configurar un portafolio de productos y servicios que se puedan visualizar desde su expresión más explícita e individual. Habrá entonces decisiones que afecten al portafolio como un todo, como son las referentes a su amplitud o número de líneas, su profundidad y la consistencia entre ellas.

Cada servicio o productos individuales habrá que caracterizarlas físicas e intrínsecas como el tamaño, estado físico, peso, aroma, sabor, textura, color, diseño, etc., así como con características extrínsecas como marcas, empaque, etiqueta, diseño, servicio, garantía.

De las características extrínsecas de los productos y servicios, la más importante es la marca que sirve para que quien los ofrezca pueda identificar y diferenciar sus

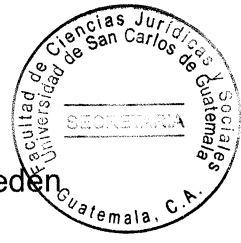


productos y servicios, a la vez que quien los adquiera pueda volver a encontrarlos, ya que el valor de la transacción está en función de la satisfacción que se recibe, una y otra vez. Es así como la marca se vuelve valiosa para el público, también se vuelve valiosa para quien la ofrece, de ahí que deba ser considerada como uno de los activos más importantes de quien la posee.

La esencia del valor de la marca se centra en tres dimensiones distintas tales como: Posicionamiento, lealtad y consistencia, el posicionamiento no es más que la relevancia y diferenciación del grado hasta el cual se ofrece la marca al cliente en un precio adecuado, beneficioso y significativo que se diferencia en otras marcas; la lealtad es no es más que la preferencia, satisfacción y compromiso del cliente; y la consistencia tiene que ver con la valuación financiera del consumidor.

Resulta evidente que el posicionamiento y la lealtad contribuyen a incrementar la consistencia de una marca, es decir, su valor el cual resulta del trabajo que se realiza día con día y cuyos resultados deben medirse periódicamente y no cuando se desea vender o comprar el activo. Independientemente de su valor, una marca no vale nada si no tiene una estrategia de mercado claramente definida y una organización dedicada a implementarla.

Si bien la principal preocupación de cualquier área de mercadotecnia es la construcción de una marca robusta y confiable, existen elementos que influyen en la reputación de



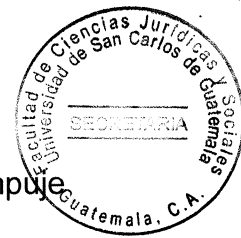
una empresa que se deben tomar en cuenta para prevenir riesgos que pueden impactar en su labor.

La construcción de una marca parte de la empatía, pasando por la promesa de valor, pero también se compone de elementos racionales y financieros como la valía actual y futura de la propiedad intelectual y su contribución para ser un factor de fortaleza en el modelo de negocio.

Es por ello que la marca y la reputación corporativa son engranes periféricos que deben tener consistencia desde el modelo de negocio hasta su gestión con públicos internos y externos, generando coherencia entre la voluntad corporativa, las acciones y la comunicación con la que nos relacionamos con los stakeholders.

La transparencia debe ser el principio rector en la gestión de la reputación y la marca, dado que la confianza, más allá de un constructo emocional, tiene una repercusión racional y financiera denominado respaldo.

En su experiencia profesional como auditora y supervisora de diversos sectores, Laura ha identificado que las empresas hacen una gran inversión en recursos humanos, financieros y tecnológicos, para diseñar e implementar controles internos robustos que les permitan prevenir o detectar sus potenciales riesgos de acuerdo con su modelo de negocio y, en su caso, aminorar los efectos e impactos que pudieran materializarse dentro y fuera de las mismas.

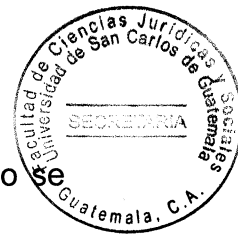


Sin embargo, lo más importante es que el riesgo reputacional se empuje adecuadamente desde el interior de las organizaciones, a través de su gobierno corporativo, la gestión operativa y la administración de sus riesgos, así como por el robustecimiento de su control interno y del peso en las funciones del área de auditoría, que deben trabajar de manera conjunta y sinérgica.

Además, agregaría que, es importante contar con un modelo de gestión de tendencias y riesgos, y en caso de no contar con alguno, aliarse con marcas y modelos de negocio que tengan el camino andado en el tema, ya que la experiencia y sostenibilidad con las que cuentan este tipo de empresas pueden aportar competitividad y bienestar al entorno en el que se hacen negocios.

Por último, se insiste en la necesidad de usar la tecnología a nuestro favor, hoy las redes sociales permiten que los consumidores expresen y comuniquen al mundo la queja o la satisfacción obtenida por un producto o servicio en particular, lo que puede provocar que los mensajes virales de manera que impacten indiscriminadamente en la reputación de una entidad, si la inversión de recursos y el esfuerzo en la gestión de los riesgos no es la más adecuada, dicho impacto será negativo y terminará siendo contraproducente para todas las estrategias que implementemos.

“Cuando una marca a activo intangible ha sido adquirida su valor es explícito: el que costó en su momento. En cambio, una marca de creación propia, es decir desarrolladas internamente, fruto del concierto de unos costes en I+D, y de aquellos otros factores



identificados como intangibles, deben ser objeto de un especial tratamiento como se expondrá a continuación.

Los activos intangibles adquiridos a terceros, generalmente afectos a ciertos derechos de adquisición determinados y particulares, suelen identificarse con relativa facilidad de forma individual, por lo que su valoración se centrará en el marco de la propia operación de compra o adquisición.

En cambio, cuando unos activos intangibles se generan internamente en una empresa, cosa muy frecuente, sobre todo en empresas de alta tecnología o de investigación aplicada, como laboratorios, la ausencia de un referente que facilitara una valoración objetiva, aconseja la disposición de una contabilidad de gestión muy ajustada y objetiva, sobre todo en lo relativo a la imputación de costes.

A este respecto un sistema que, hasta la fecha se ha constituido de gran valor es el sistema de contabilidad interno denominado ABC (activity basic costing) integrado en un modelo de gestión ABM (activity basic management).

La recomendación de este sistema se fundamenta en que el mismo sigue un proceso de identificación, medición y desarrollo de los activos intangibles con claro enfoque estratégico. Esta particularidad facilita identificar, valorar y clasificar los activos intangibles que se van generando de forma individual dado que la imputación de cada

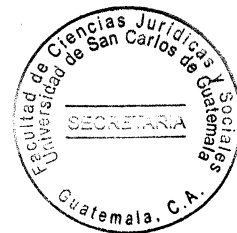


coste se realiza por actividades específicas y no en función de los sistemas tradicionales de costes.

La permanente innovación, un buen plan de imagen y comunicación, una protección legal y potente, una extraordinaria relación con los medios y los distribuidores, entre otras cosas, son las que añaden valor a una marca que, naturalmente, al final se transformará en resultados.”²¹

La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) es uno de los organismos especializados de las Naciones Unidas la cual ha hecho varios convenios para la protección de la Propiedad Industrial, donde tiene como prioridad la protección internacional de patentes, pero ese es otro tema importante para desarrollar, en el caso de los signos distintivos en el sistema de Madrid el cual da el lugar al primer servicio internacional de presentación de solicitudes de signos distintivos en conjunto con otras instituciones que fueron fusionándose con ésta, la cual ha ido apoyando a los países miembros en la instrucción de los diferentes temas, enviando a los trabajadores de las Instituciones de todos los países a especializarse para poder dar un servicio de calidad a las personas que desean proteger sus intelectos en este caso.

²¹ <http://www.centrem.cat/ecomu/upfiles/circulars/tra-e-10.010.pdf> (Consultado: 15 de diciembre de 2017)



CAPÍTULO IV

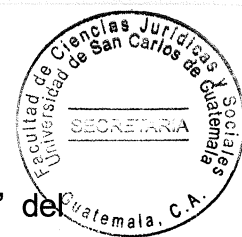
4. Procedimientos en el Registro de la Propiedad Intelectual

A continuación se entrara en un ambiente en el cual los usuarios del registro de la propiedad intelectual son asesorados por los bufetes profesionales en el ámbito de registro de marcas, en la página del registro de la propiedad intelectual se encuentran estos pasos o procedimientos para el registro de un signo distintivo.

A continuación se aplican un poco más a fondo este procedimiento.

a) Paso número uno:

El usuario debe de hacer o solicitar una búsqueda retrospectiva de la marca que pretende registrar, está la puede investigar de dos formas, la primera forma de investigar si una marca se puede inscribir en el registro de la propiedad intelectual es por medio de un formulario que venden en la ventanilla del banco Banrural el cual su costo es de cinco quetzales exactos, seguido del pago le entregan en ventanilla de la recepción el formulario el cual debe llenar con los espacios requeridos, el formulario debe de llevar auxilio de abogado con un timbre forense de un quetzal, se debe de cancelar dependiendo del tipo de búsqueda que desea realizar por ejemplo, Q.100.00 si la búsqueda es denominativa, Q.200.00 si la búsqueda es gráfica, Q.200.00 si la búsqueda es mixta y Q.1,000.00 si la búsqueda



es de titular, fundamento legal lo encontramos en el artículo 2, inciso "C" del acuerdo gubernativo número 862-2000. Después de ingresada en las ventanillas de recepción de documentos el formulario con el recibo de pago respectivo, le entregan en 24 horas el resultado de la búsqueda solicitada el cual la cruzan con la clase 0 que es el nombre comercial y la clase 99 que es la señal de propaganda; la segunda forma de hacer una búsqueda retrospectiva es ingresando al portal del registro de la propiedad intelectual el cual es **www.rpi.gob.gt** en el área de e-consultas sistema de consultas en línea ingresamos para poder registrar nuestro usuario con el portal del registro, ya registrado el usuario ingresamos a la página principal del registro en donde vamos a elegir el botón búsqueda fonética en la ventana que nos aparece ingresamos la denominación que deseamos buscar y le damos un click al botón de buscar y nos despliega una información de las marcas, nombres comerciales o señales de publicidad que se asemejan a la denominación.

b) Paso número dos:

Estando seguros que no hay ninguna marca que sea similar o parecida con la de nosotros procedemos a ingresar nuestra solicitud que de igual manera se puede hacer de dos maneras; la primera es comprando un formulario de registro de marca, nombre comercial o señal de publicidad cancelando Q.5.00 por cada formulario en las ventanilla especial del banco Banrural y se nos entrega dicho formulario en ventanilla de recepción, el cual debemos llenar todos los requisitos que nos solicita el formulario y adjuntar los documentos que se nos requiere,



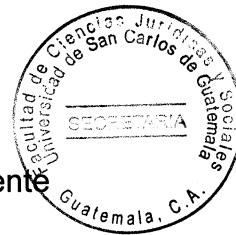
auxiliando el formulario con un abogado y adhiriéndole un timbre forense de Q.1.00, nos acercamos a la ventanilla a cancelar Q.110.00 de ingreso de solicitud y la presentamos en ventanillas de recepción de documento para que la ingresen al sistema de dicho registro el cual le adhiere una calcomanía al formulario y a las copias del mismo con la fecha del ingreso y la hora otorgándole un número de expediente único por cada solicitud.

c) Paso número tres:

Presentada la solicitud, el registro de la Propiedad Intelectual comprueba que ésta cumpla con los requisitos de forma establecidos en la ley y que el signo que se pretende inscribir no se encuentra en alguno de los casos de prohibición expresa que la ley contempla.

d) Paso número cuatro:

Si el registro establece que existe un error u omisión de forma en la solicitud, requerirá al interesado para que lo subsane dentro del plazo de un mes, o si el registro determina que el signo no puede ser registrado como tal, lo hará saber al solicitante, dándole un plazo de dos meses para que se pronuncie sobre las razones de objeción encontradas, en el caso de que el registro estime que subsisten las causas de rechazo, dictara una resolución razonada en ese sentido,



la cual puede ser impugnada, primero, por la vía administrativa y posteriormente por la vía judicial.

e) Paso número cinco:

Si la solicitud no se encuentra en los casos anteriores, o bien, si se ha subsanado los errores y/o desvirtuado las objeciones encontradas, el registro ordenara la decisión de la elaboración de un edicto que contengan los datos principales sobre los productos o servicios de la marca y la información del solicitante notificándose y pagando la tasa respectiva previamente la cual es de Q.200.00 por la notificación del edicto y pagando la tasa respectiva de la publicación, la cual oscila, si es una marca denominativa el precio de la publicación es de Q.200.00 a Q.800.00 sin embargo si es una marca grafica o mixta, el precio oscilará entre Q.300.00 a Q.1000.00 pero nunca sobrepasara de estos montos en la que saldrá por una única vez en el boletín oficial del registro de la propiedad intelectual la publicación respectiva a los 8 días de haber cancelado la tasa respectiva.

f) Paso número seis:

Dentro de los dos meses siguientes a la fecha de que salió publicado en el boletín oficial el edicto, cualquier persona que se vea afectada por la solicitud puede oponerse por escrito, en la oposición deberán señalarse los fundamentos de hecho



y de derecho en que se basa el oponente y las pruebas que ofrece para sustentar sus argumentos.

g) Paso número siete:

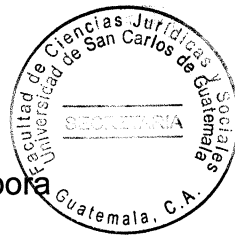
Las oposiciones que se presenten deben notificarse al solicitante para que este pueda ofrecer información y pruebas complementarias, contando para ello con un plazo de dos meses.

h) Paso número ocho:

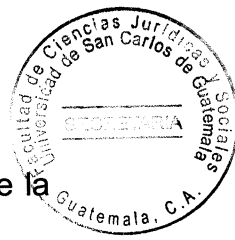
Agotado el plazo para formular oposiciones, o bien, para que el solicitante se pronuncie sobre las que hubieren sido presentadas, el registro resolverá la solicitud, en el caso de que la estime procedente y que no haya oposición por tercera persona, se notificara una orden de pago la cual ordenara la inscripción de la marca, previo a cancelar la cantidad de Q.90.00 y Q.200.00 por la emisión del certificado o título que acredite el derecho concedido el cual se entregara en un plazo de 20 días hábiles.

4.1 Las resoluciones en el registro de signos distintivos

A continuación se dan a conocer en general los tipos de resoluciones que el registro elabora en el procedimiento de un registro y renovaciones de signos distintivos:



- a) Gestor oficioso: esta resolución el Registro de la Propiedad Intelectual, la elabora en los expedientes que ingresan como gestores oficiosos, esto quiere decir que hay un mandato proveniente del extranjero pendiente de los pases de leyes o apostilla, que está en trámite de su respectiva inscripción si es un mandato nacional y para poder tener derecho a la prelación, se ingresa el expediente como gestor oficioso.
- b) Requerimiento: esta resolución la elabora el examinador del Registro de la Propiedad Intelectual, en los casos que incumplan con los requisitos legales de forma en el formulario, esta resolución debe de notificarse y desvirtuarse.
- c) Objeción de forma: esta resolución la elabora el examinador del Registro de la Propiedad Intelectual, en los casos que una marca sea igual o parecida con otra que este en el mercado y que sea notoriamente conocida.
- d) Requerimiento examen de forma y fondo: esta resolución la elabora el examinador del Registro de la Propiedad Intelectual, al momento de no estar de acuerdo con lo que el usuario desvirtuó en el memorial que presento, se le hace las resoluciones necesarias hasta que efectivamente desvirtué el requerimiento.
- e) Objeción de examen de forma y fondo: esta resolución se elabora al momento de que los examinadores expertos se percatan que está en trámite una marca idéntica o similar a la que se pretende registrar.
- f) Rechazo: son las resoluciones que se elaboran cuando el usuario no responde correctamente lo que se le requiere o el registro no autoriza la respuesta del usuario.



- g) Rechazo de objeción: esta se da cuando el experto examinador del Registro de la Propiedad Intelectual hace el estudio del memorial que presenta el usuario en defensa de su marca y el registro rechaza por falta de pruebas o por no proceder.
- h) Suspensión: el examinador del Registro de la Propiedad Intelectual, elabora una resolución de suspensión cuando se hacen requerimientos con el Convenio Centro Americano de Propiedad Industrial, actualmente se utilizan para requerimientos en memoriales de objeciones.
- i) Rechazo (examen de novedad): esta resolución la elabora el examinador del Registro de la Propiedad Intelectual, en los casos que en la búsqueda de novedad se encuentran marcas iguales a las que se pretende registrar.
- j) Pendiente de edicto: esta resolución es la que elabora el examinador para autorizar previamente la autorización del registro de la marca, la cual debe de publicar una única vez en el Boletín Oficial del Registro de la Propiedad Intelectual (BORPI).
- k) Pendiente emitir orden de pago; esta resolución es la que elabora el examinador para ordenar previo pago de la tasa respectiva, la inscripción de los signos distintivos en los tomos respectivos y a extender el certificado de su registro.
- l) Admite a trámite; es la resolución que el examinador elabora para admitir a trámite una marca que ha sido objetada y que se comprobó que la objeción ha sido desvirtuada en virtud del estudio de los expertos con respecto a las pruebas presentadas.
- m) Cancelación de registro de renovación, esta resolución da por terminada la protección del signo distintivo.

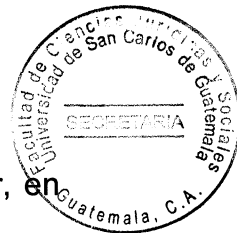


- n) Cancelada; esta resolución el encargado de cancelaciones de registros la elabora por la solicitud de cancelación promovida por tercero interesado en cualquier tiempo, de conformidad con el procedimiento que establece la ley de propiedad industrial para el caso de oposición al registro de una marca, al comprobarse que establecimiento se clausuro o suspendió sus actividades comerciales de la empresa por más de seis meses.
- ñ) Fuera de tiempo/abandono/archivo: esta resolución la elabora el sistema automáticamente del Registro de la Propiedad Intelectual, en las solicitudes que se presenten de conformidad con la ley de Propiedad Industrial, se tendrán por abandonadas y caducaran de pleno derecho cuando el interesado no cumpla con lo que le sea requerido por dicho registro, dentro de un plazo de seis meses, contados a partir desde la última notificación que se le hubiere hecho, el abandono causara la perdida de la prelación y de oficio el archivo de la solicitud, sin necesidad de declaración alguna esto quiere decir que estas resoluciones se archivan de pleno derecho sin necesidad de notificar la resolución al interesado.
- o) Rechazo del recurso/en archivo; esta resolución es la que se emite en el momento de que algún recurso que haya interpuesto la otra parte sea rechazado por el examinador.
- p) Desistimiento; esta resolución el examinador la elabora en el momento que el solicitante desiste de su solicitud pudiendo solicitarla en cualquier momento del procedimiento, mediante petición escrita con firma legalizada por notario, una vez aprobado surtirá efectos desde su presentación en el Registro de la Propiedad Intelectual y no dará derecho al reembolso de las tasas que se hubiesen pagado, el



desistimiento de una solicitud termina el procedimiento administrativo, produciendo la extinción de los derechos que se originaron desde la fecha de presentación de la misma y tendrá como consecuencia el archivo del expediente.

- q) Abandono por no presentar publicación; esta resolución se elaboraba en el Registro de la Propiedad Intelectual hasta las reformas de la ley de Propiedad Industrial, puesto que el Diario Oficial de Centro América era quien publicaba los edictos de las marcas, nombres comerciales y las señales de publicidad, el interesado debía de hacer un memorial dirigido al Registrador de la Propiedad Intelectual adjuntando las páginas de los periódicos donde habían sido publicado el edicto por lo que adjuntaban tres páginas, pero el decreto 3-2013 Reformas de la Ley de Propiedad Industrial, los Acuerdos Gubernativos 148-2014 Reformas al Arancel del Registro de la Propiedad Intelectual y el Acuerdo Gubernativo 95-2014 del Reglamento del Registro de la Propiedad Intelectual, modificaron el procedimiento por lo que estas resoluciones ya son de tiempo pasado y disueltas.
- r) Abandono por requerimiento; es la Resolución que elabora el examinador, en virtud de que este en el examen de forma hizo falta un requisito legal o que los mismos resultan insuficientes para la comprensión y análisis de cualesquiera de los elementos de la solicitud, si el solicitante no cumple con el requerimiento dentro del plazo fijado, la solicitud se considerara abandonada.
- s) Abandonado por orden de pago: es la resolución que elabora el examinador, en virtud de que el solicitante se notificó la orden de pago para la inscripción de la marca y este no hizo efectivo el pago de la tasa respectiva.

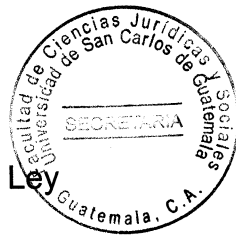


- t) Cancelación de registro voluntario; es la resolución que elabora el examinador, en virtud de que el solicitante desea cancelar el procedimiento de la solicitud ingresada con anterioridad, la cual podrá solicitarla en cualquier tiempo, la solicitud de cancelación deberá contener firma legalizada por notario y acompañar el comprobante de pago de la tasa correspondiente.
- u) Enmienda: esta resolución la elabora el examinador, a petición del solicitante de la marca, en el momento en que haya algún tipo de error involuntario por el Registro de la Propiedad Intelectual o por el solicitante, se ha dado el caso en el que de oficio el Registro de la Propiedad Intelectual enmienda un error en el trámite.”

Cada una de estas resoluciones el sistema de marcas las otorga en el orden de cada etapa que va sufriendo el expediente a raíz de los diferentes pasos en el procedimiento del registro de signos distintivos, los cuales no son automáticos, sino que el examinador que trabaja el expediente va dándole los permisos pertinentes siempre y cuando cumpla con los requisitos previos para la siguiente etapa del procedimiento.

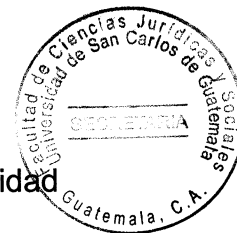
4.2 Análisis sobre el departamento de novedad

Se Hará un breve análisis del estudio que hace el examinador a un expediente de marca en el departamento de novedad a continuación: el examinador recibe el expediente que se ingresó de trámite para el registro de una marca el cual el primer filtro que pasa es del examen de forma; esta fase se ven los siguientes aspectos, se debe de revisar punto a punto el formulario revisando que haya cumplido todos los



requisitos legales que establece la legislación en materia de propiedad intelectual Ley de Propiedad Industrial Decreto 57-2000 del Congreso de la República de Guatemala y la clasificación de Niza.

- a) si es una marca denominativa se verifica que el nombre del compareciente este escrito correctamente, pero se tiene una laguna en este caso porque la legislación no establece que haya que dejar la copia simple del documento personal de identificación por lo que el examinador supone que el nombre está escrito correctamente;
- b) el siguiente dato a revisar es la profesión u oficio en el cual no hay ningún inconveniente únicamente cuando el solicitante deja en blanco esta casilla, el examinador la requiere por medio de una resolución de requerimiento que se podrá desvirtuar con un memorial auxiliado por abogado procurador contestando lo requerido;
- c) el siguiente es la nacionalidad, de igual manera que el anterior solo se requiere; la dirección para notificar; en esta casilla el examinador debe corroborar que la dirección que escribió el solicitante este dentro del perímetro de la capital, de lo contrario se le hará una resolución de requerimiento pidiéndole que evacue lo solicitado, colocando una dirección que este dentro del perímetro de la capital,
- d) el siguiente es el número de teléfono/fax/e-mail que el solicitante debe dejar, normalmente esa casilla no la están requiriendo pero es necesario para tener comunicación con el solicitante;



- e) la siguiente casilla es la del domicilio, la cual si no está consignado la nacionalidad se procede a requerirla;
- f) el cargo y calidad con que comparece y así revisa todos y cada uno de los apartados de los requisitos del formulario para darle luz verde al siguiente paso, que es el examen de fondo, para hacer éste, el examinador con ayuda de una búsqueda de novedad que se solicita al sistema el cual desprende un listado de signos distintivos en trámite y registrados la búsqueda es hecha con un algoritmo que busca palabras, frases, números y el conjunto de estas que sean iguales o parecidas el cual debe de revisar el examinador para cerciorarse que la marca no ha sido ingresada o registrada anteriormente, con esto pasa el expediente al departamento de edicto para que lo elaboren y siga su trámite, para el examen de novedad y fondo pasa un tiempo estimado de entre dos o más meses el cual se podría reducir con metas propuestas al examinador.

4.3 Necesidad de la reestructuración del Registro de la Propiedad Intelectual

La reestructuración del Registro de la Propiedad Intelectual hoy en día es muy arcaica tanto en la estructura sistemática como en la infraestructura, con un sistema de los años noventa, que se ha ido tratando de modernizar pero por el poco recurso económico que el Ministerio de Economía y el Gobierno de Guatemala le sede al Registro ha sido imposible dicha reestructuración, en el tema del personal, también hay un déficit del mismo, esto porque el personal que labora en el Registro no tiene incentivos para poder exigirle cantidad así como calidad de trabajo, en el cual a mi



parecer deberían de tomar en cuenta y poner mucha atención para el pronto mejoramiento de servicio agilizándolo en un sesenta por ciento, hasta el día de hoy no existen plazas de jefes de áreas, únicamente la mayoría de trabajadores del registro son técnicos III, los que por experiencia o por superación personal académicamente hablando están ocupando estos puestos que son de mayor responsabilidad, hoy en día el registro tiene un aproximado de seis abogados y notarios ocupando estos puestos técnicos, los cuales no tienen ese incentivo para hacer un mayor esfuerzo para sacar trabajo de cantidad y de calidad, día con día todo los problemas, consultas, dudas, etc. se ventilan directamente con la subregistradora y secretaria general, no con los jefes de área que deberían de existir con plazas profesionales para poder distribuir responsabilidades y así tener un mejor control del trabajo que día con día debe de fluir con responsabilidad, trabajo de calidad y sobre todo la celeridad en el proceso del registro de un signo distintivo para que cada día más usuarios tengan la voluntad de inscribir sus creaciones intelectuales de una manera rápida y segura.

4.4 Necesidad de modificar la norma legal en la Ley de Propiedad Industrial

La Ley de Propiedad Industrial sufrió reformas en el año 2013 las cuales fueron para ciertos beneficios de todos, pero siempre con la problemática de los plazos para resolver un expediente lo cual es de suma importancia para la celeridad de los expedientes que en ocasiones pasan más del tiempo promedio para poder registrar una marca, y luego me paso a la problemática de los expedientes resueltos que prescriben por el simple hecho que no ha sido notificado a la persona interesada.



Considero que si estas personas les interesan sus registros de signos distintivos deberían de llevarles un riguroso seguimiento de los mismos hasta que estos sean completados y no dejarlos cinco, diez o hasta treinta años en estatus que este pendiente de notificar como hay muchos casos.

El caso en que algunos expedientes resueltos de edictos pendientes de notificar del año 1995 que hasta la fecha se han notificado ni mucho menos publicado o algunos en orden de pago pendiente de notificar para que se inscriban en los libros de signos distintivos y así se emita el certificado de inscripción del signo distintivo que tiene una vigencia de 10 años, es algo ilógico y perjudicial para los comerciantes que están en la vanguardia de sus productos o servicios los cuales esperan que una marca pendiente de notificar prescriba su derecho, lo cual no va a suceder si no hay una notificación de por medio, por lo que es recomendable que vean los artículos que deberían de reformarse a la realidad del tiempo.

4.5 Creación de un reglamento interno para acelerar el trámite de signos distintivos

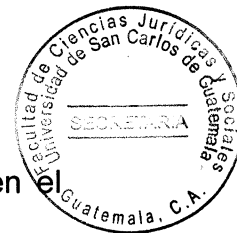
Se propone en esta tesis la creación de un reglamento interno con tiempos y metas aumentadas según la capacidad, la experiencia y calidad de trabajo de cada personas dándoles una capacitación constante y un incentivo económico a los operadores, examinadores, asesores, ingenieros y todo el personal técnico del registro para



acelerar el trámite de signos distintivos dentro de los márgenes legales. Esto se puede lograr con:

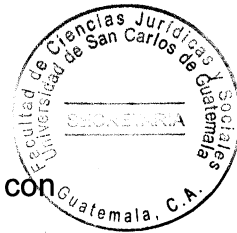
- a) Reestructuración, como lo mencionaba anteriormente, en el sistema informático el cual se podría hacer con la compra de hardware y software de última generación, tales como: servidores, computadoras, doble monitor en cada computadora, impresoras, ups, entre otros, con lo que el personal del Registro de la Propiedad Intelectual podría tener facilidad de lectura, comodidad en el manejo del sistema, seguridad y protección a los datos de las resoluciones que elaboren;
- b) Capacitación: del personal el cual podría ser semanalmente en instalaciones de la institución o mensualmente en el extranjero con la cooperación de las entidades como la Oficina Mundial de la Propiedad Intelectual la cual apoya a las Instituciones en la instrucción del personal de las Oficinas de Propiedad Industrial para todos los trabajadores sean de calidad y eficientes;
- c) también es importante la comodidad física del personal: la cual la pueden darla con el mobiliario de buena calidad y los insumos necesarios para la elaboración de sus tareas.

Con sistema de software de tecnología de última generación se puede facilitar la elaboración y protección de datos desde el momento en que se ingresen en línea los formularios dándoles un plus a los usuarios que les gusta utilizar la tecnología. A



continuación se estará simulando el registro de un signo distintivo con plazos en el reglamento interno:

- a) al momento de ingresar al portal de Registro de la Propiedad Intelectual el usuario puede hacer la búsqueda retrospectiva previo el llenado del formulario, este estando seguro que no existe ninguna marca parecida a la que pretende registrar, esto le llevaría cinco minutos;
- b) podrá en este caso llenar el formulario en línea, que automáticamente se estará ingresando esos datos al sistema de marcas para la protección y calidad de datos con una capacidad suficiente para el resguardo, esto le llevaría quince minutos;
- c) luego el usuario pagaría la tasa respectiva e ingresaría automáticamente desde la comodidad de su oficina cada una de las solicitudes que pretenda registrar con sus documentos adjuntos y enviarlos a nuestro servidor, esto evitaría que el personal del registro cometa errores en la base de datos, y le evitaría el salir a hacer gastos innecesarios al solicitante, esto le tomaría cinco minutos;
- d) luego de formarse el expediente electrónico el personal especializado en forma y fondo ingresaría a cada expediente con sus archivos adjuntos para revisarlos abriendo en una pantalla el formulario y en otra los documentos adjuntos, luego lo deja en estado de resolución donde el personal, para esa área, elabora una resolución de edicto en un plazo de tres días, donde el sistema automáticamente va a enviar un mensajito de aviso; el cual tendría una vigencia de diez años el expediente a partir de la resolución que se emita, este plazo es con el efecto de regularizar y respetar los plazos que tienen los certificados anotados en los



registros, para poder depurar en ese plazo los expedientes que están con resoluciones pendientes de notificar, al momento de la notificación ese plazo se interrumpiría y tomaría vigencia el nuevo plazo a partir de la notificación del expediente;

- e) en el caso de la notificación del edicto previo pago de la tasa respectiva se solicitará que pague en ese mismo momento la tasa de la publicación que le corresponde el cual tendría un plazo de un día para hacer esta gestión, esto para no permitir que por una u otra causa el usuario deje en abandono su solicitud pasado el plazo legal y así salga lo más rápido posible,
- f) luego pasa al área del Boletín Oficial del Registro de la Propiedad Intelectual para que en el plazo de dos días suba la publicación al sistema para que este en el plazo de ocho días hábiles salga publicado en la gaceta del registro de la propiedad intelectual;
- g) pasado el periodo de oposición en automático pasaría al estatus de orden de pago pendiente de notificar enviando un mensajito al solicitante un aviso de que su solicitud está en estado de notificación, igualmente al momento de cada resolución pendiente de notificar que corra el plazo de los diez años, interrumpiéndose dicho plazo al momento de la notificación, el cual habilitaría el plazo un mes que la ley dicta, haciendo el pago respectivo de la tasa para la inscripción y emisión del certificado que luego pasa a títulos para que procedan a inscribir y emitir el certificado del signo distintivo en un plazo de cinco días.



Terminando así el trámite de una marca en un plazo aproximado de tres meses y esto desde su ingreso hasta la recepción del título electrónico desde la comodidad de su oficina.

Para que todo esto se dé, debe haber un reglamento interno con los tiempos legales y adicionado tiempos en que la institución debe de resolver las solicitudes, para aplicar el principio de celeridad en el proceso del registro de signos distintivos, donde en dicho reglamento debe de incentivar con bonos a los trabajadores cumplan con la meta de expedientes que se les solicite y que trabajen con calidad y rapidez, cumpliendo en el tiempo que se les requiere, así como los software y hardware indicados anteriormente, haciendo así del Registro de la Propiedad Intelectual una institución famosa y modelo para las demás entidades del Estado.

4.6 Principios básicos de la propiedad industrial

Los principios que a continuación se definen son aquellos que se ven involucrados en el transcurso del procedimiento del registro de los signos distintivos en nuestro país, y que no están regulados expresamente en ningún cuerpo legal dentro de la materia de propiedad intelectual, considero que es muy importante que éstos se adhieran en forma legal para que en el futuro puedan invocarse legalmente en el caso de los expedientes que son retardados por una u otra forma y así puedan ser parte del proceso.

a) Principio de rogación

Según Lidia del Carmen Solares Samayoa, la actuación del registrador ha de ser siempre y en todo caso rogada, es decir que la inscripción siempre ha de ser solicitada por el interesado o interesados y no se inscribirá en forma arbitraria.

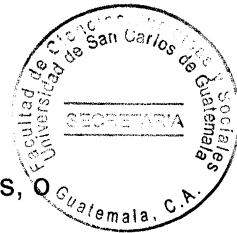
“Este principio también denominado principio de voluntariedad o principio de instancia, complementa adecuadamente el carácter declarativo de la inscripción, es decir, al carácter voluntario de la inscripción registral los cuales solo se iniciaran a ruego de la parte interesada; pero hay que señalar que una vez formulada la petición de inscripción, el expediente se desarrollara con independencia de la voluntad del solicitante.”²²

En conclusión, el principio de rogación se define como aquel que establece la necesaria instancia o solicitud de los solicitantes de un acto o derecho o de tercero interesado para la práctica por el Registrador.

b) Principio de prioridad

El derecho de prioridad en la inscripción de marcas a quienes hayan presentado en regla una solicitud de registro de marca en un estado contratante para la protección de la Propiedad Industrial o en otro país que acuerde reciprocidad para estos

²² <http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/principio-de-rogaci%C3%B3n/principio-de-rogaci%C3%B3n.htm> (Consultado: 8 de enero de 2018)



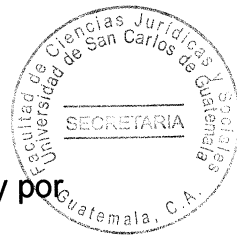
efectos a las personas con la nacionalidad de alguno de los estados contratantes, que tengan un domicilio o establecimiento real y efectivo en alguno de ellos, así como el causahabiente de esa persona, gozará de un derecho de prioridad para presentar en los países contratantes presentar una o más solicitudes de registro de la marca que se trate, para los mismos productos o servicios.

El derecho de prioridad tendrá una duración de seis meses contados desde el día siguiente a la presentación de la solicitud prioritaria para una solicitud de registro de marca y presentada en Guatemala, invocando el derecho de prioridad la cual no será negada, revocada ni anulada por hechos ocurridos durante el plazo de prioridad, realizados por el propio solicitante o un tercero, tales hechos no darán lugar a la adquisición de ningún derecho de terceros respecto a las marcas.

c) Principio de publicidad

“Es el principio de la seguridad jurídica al folio, por ser este principio el que hace que todo acto que se realice con las propiedades sea público, no se presta a realizar actos, sin el conocimiento del propietario.

La publicidad material constituye uno de los principios fundamentales del sistema registras Guatemalteco y consiste en el conjunto de derechos sustantivos que de la inscripción se desprenden en beneficio de aquel que inscribe, el cual aparece protegido por presunciones de exactitud e integridad, actuando unas veces con



presunción juris tantum (única ley) y en otras como jure et de jure (de derecho y por derecho).”²³

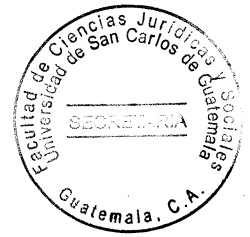
“En virtud de este principio, se presume que toda persona está enterada del contenido de las inscripciones; es decir, nadie puede alegar ignorancia o desconocimiento del contenido de los asientos de inscripción.”²⁴

La publicidad registral, entendida en términos generales, viene a ser la exteriorización de situaciones y relaciones jurídicas de modo permanente, continuo y organizado a través del Registro.

Su finalidad es proporcionar la información de los tramites que se ventilan en el Registro, para ello existe un Boletín Oficial de la Propiedad Intelectual en donde por medio de un sistema electrónico se suben a la nube del sistema las publicaciones de todos los signos distintivos que hayan pasado la fase de examen de forma y fondo, los cuales se elabora un Edicto el cual tendrá que publicarse en el Boletín Oficial de dicho registro, de esta manera se puede consultar en cualquier día, fecha, hora y lugar, por medio de cualquier dispositivo electrónico que contenga internet o señal de wifi.

²³ <http://derechoguatemalteco.org/principios-registrales/> (Consultado: 8 de enero de 2018)

²⁴ https://es.wikipedia.org/wiki/Derecho_registral (Consultado: 8 de enero de 2018)



d) Principio de fe pública registral

La fe pública registral es la que poseen los registradores, para certificar la inscripción de un acto que consta en un registro público, el cual tiene autenticidad y fuerza probatoria desde que fue inscrito.

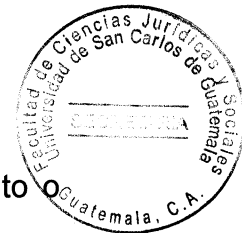
Esta es una garantía que el estado le da a los registradores para que certifiquen determinados hechos que interesan a la comunidad jurídica, son ciertos y corresponde a los documentos emanados de los registros públicos en Guatemala.

e) Principio de tracto sucesivo

Exige que los sucesivos titulares de las marcas registradas aparezcan en el registro eslabonados, enlazando a la renovación de los mismos, el tracto sucesivo tiene como finalidad organizar los asientos registrales de manera que expresen con exactitud, la sucesión ininterrumpida de los derechos que recaen para un mismo signo distintivo, determinando el enlace titular de cada gestión que se haga en dicha institución.

f) El principio de celeridad

Se puede afirmar que el principio de celeridad se traduce en la rapidez, agilidad, velocidad y prontitud, que se debe observar en un determinado proceso, sea



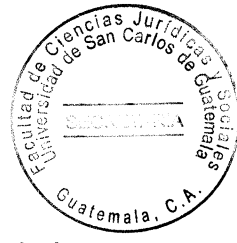
judicial, administrativo o de cualquier otro tipo, que implique el reconocimiento o negación de un derecho en cabeza del ciudadano o el Estado.

El principio de celeridad busca que el procedimiento cuente con rapidez, el mismo se busca que un procedimiento sea rápido y en él se encuentra su fundamento, en aquellas normas que no permiten una ampliación de los plazos y a demás elimina los trámites que no sean fundamentales y necesarios.

El mismo pretende que un proceso sea rápido y además se basa en aquellas normas que no permiten el prolongamiento de los plazos y eliminan los trámites que no sean necesarios. Este principio se encuentra normado en el cual se establece el carácter improrrogable y perentorio de los plazos, y también se encarga de obligar al Juez a dictar la resolución correspondiente, sin necesidad de que existía ningún tipo de gestión.

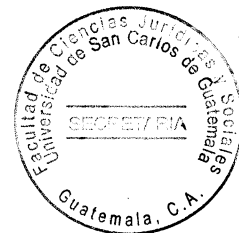
g) Principio de libre competencia

El Código de Comercio de Decreto 2-70 del Congreso de la República de Guatemala acoge también el principio de libre competencia en su libro y título segundo: título II de la protección a la libre competencia, dentro del cual se establecen los actos que constituyen competencia desleal, se encuentra vigente desde el año de 1970; esta normativa fue la primera en Guatemala en enunciar los casos constitutivos de competencia desleal.



Posteriormente, el 27 de septiembre del año 2000, se publicó en el Diario Oficial el Decreto 57-2000 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Propiedad Industrial, el cual cobró vigencia el 1 de noviembre del mismo año, esta ley incluyó un capítulo denominado de la represión de la competencia desleal, dentro del cual se enuncia nuevos supuestos que constituyen acciones de competencia desleal.

Hasta antes de la entrada en vigencia de la Ley de Propiedad Industrial, se creía que solamente a las personas calificadas como comerciantes les era aplicable la prohibición de realizar actos de competencia desleal.

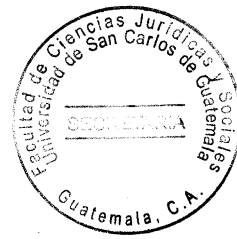


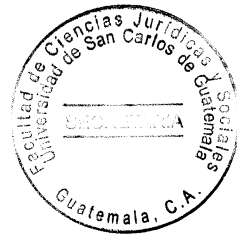
CONCLUSIÓN DISCURSIVA

El procedimiento del registro de signos distintivos, es de alguna manera demasiado tardado su trámite comparado con otros países que hacen el mismo procedimiento, entregando los respectivos certificados en un plazo mucho menor que Guatemala.

En el Decreto 57-2000, Ley de Propiedad Industrial y su reglamento, aún existen los plazos desde el año 1978 y no tiene inmersos los plazos para evacuar procedimientos internos aunado a ella, la falta de tecnología de punta y un reglamento interno que el registro debería obtener para que sus procedimientos sean en un tiempo prudencial para que el titular de un derecho marcario ampare los productos que comercializan y para ello deben satisfactoriamente su certificado de registro de signo distintivo.

La inexistencia de una regulación en las diferentes etapas de procedimiento no obliga al Registro de la Propiedad Intelectual a resolver las resoluciones en un tiempo prudente y de buena calidad o por lo que la implementación de un reglamento interno del trámite de signos distintivos, para observar y aplicar métodos, formas y reducción de plazos del procedimiento para que Guatemala no sea el país en el cual es más difícil adquirir un derecho marcario.

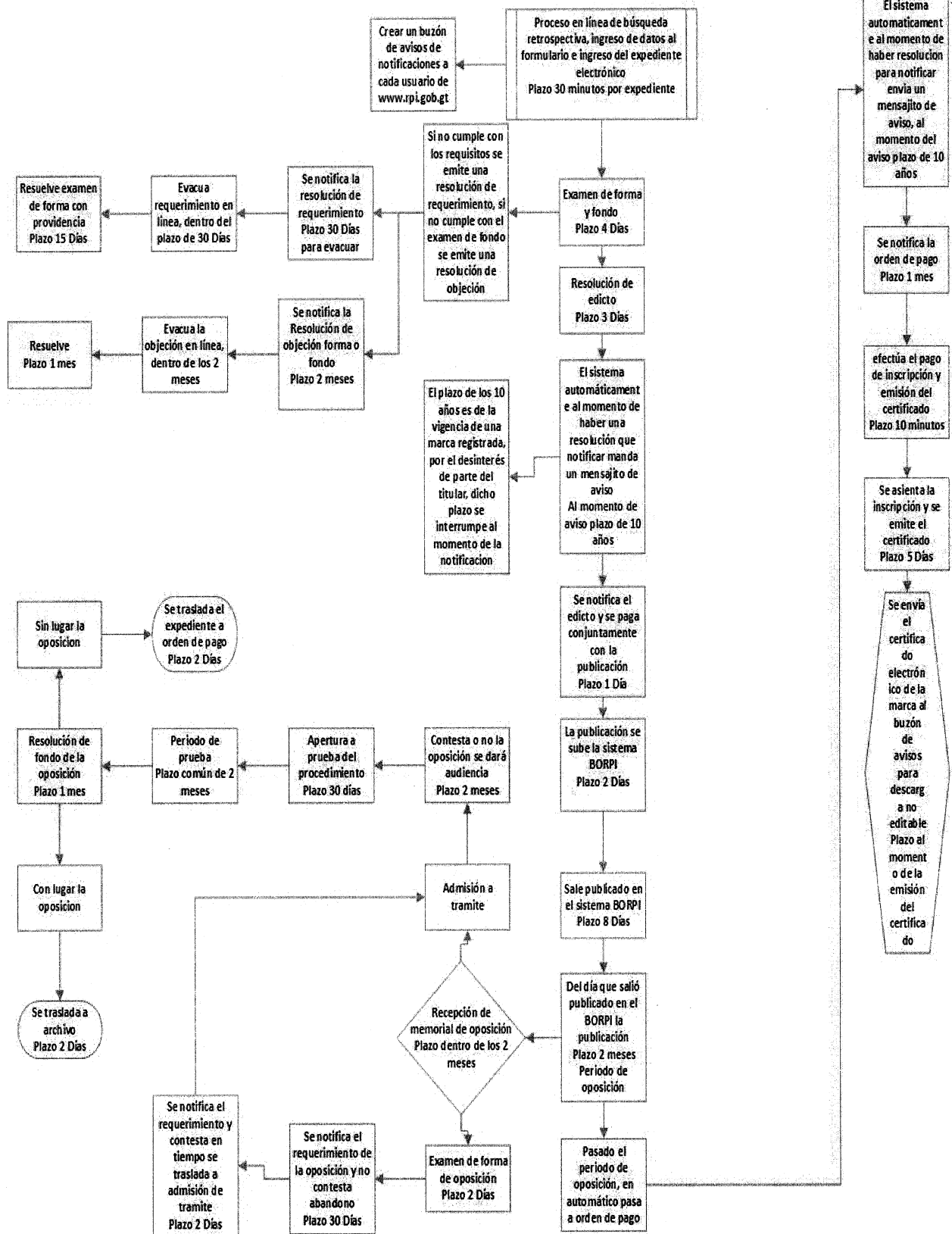




ANEXOS









BIBLIOGRAFÍA

Biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_8157.pdf (Consultado: 2 de diciembre de 2017)

Biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_7694.pdf (Consultado: 2 de diciembre de 2017)

CALDERÓN M, Hugo Haroldo. **El derecho procesal administrativo guatemalteco**; Guatemala: 1ª. Edición, tomo III, 2013.

CASTREJÓN GARCÍA, Gabino Eduardo. **El derecho marcario y la propiedad industrial**; México: Cárdenas Editor Distribuidor, 1999.

DE MIGUEL ASENSIO, Pedro A. **Contratos internacionales sobre Propiedad Industrial**; España: Estudios de Derecho Mercantil, 2000.

Diccionario de la real academia española, vigesimotercera edición, edición del tricentenario.

Diccionario de inglés español. Diccionario Lucas Ingles–Castellano GIAIT.

JALIFE DAHER, Mauricio. **El Valor de la propiedad intelectual**; México: (s.c.), (s.f.)

LÓPEZ PERMOUTH, Luis Cesar. **Elementos de las técnicas de investigación**; (s.l.i.) ediciones papiro, 2007.

NATARENO GÓMEZ, Evelin Yulisa. **Inscripción de marcas sonoras bajo el amparo de la legislación guatemalteca**; Guatemala: (s.c.), 2008.

PALACIOS L, Marco Antonio. **Propiedad intelectual, temas relevantes en el escenario internacional**; (s.l.i.): Ed. SIECA, USAID. 2000.

QUINTO GARCÍA, María Cristina. **La competencia desleal entre industrias productoras de medicamentos en la sociedad guatemalteca**; Guatemala: (s.c.) 2007.

RUEDA DUARTE, Soaira Hypatia. **El tratado de libre comercio dr-cafta y su vinculación con el Registro de la Propiedad Intelectual en Guatemala**; Guatemala: (s.c.) 2009.

<http://biblio3.url.edu.gt/Tesario/2014/07/01/Carreto-Jaqueline.pdf> (Consultado: 12 de noviembre de 2017)

http://Biblioteca.usac.edu.gt/tesis/04/04_7694.pdf (Consultado: 2 de diciembre de 2017)



<http://derechoguatemalteco.org/principios-registrales/> (Consultado: 8 de enero de 2018)

https://es.wikipedia.org/wiki/Derecho_registral (Consultado: 8 de enero de 2018)

<http://www.centrem.cat/ecomu/upfiles/circulars/tra-e-10.010.pdf> (Consultado: 15 de diciembre de 2017)

<http://www.encyclopedia-juridica.biz14.com/d/principio-de-rogaci%C3%B3n/principio-de-rogaci%C3%B3n.htm> (Consultado: 8 de enero de 2018)

<https://www.wipo.int/about-wipo/es/oversight/> (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

<http://www.onapi.gov.do/index.php/signos-distintivos/marcas-y-nombres> (Consultado: 22 de noviembre de 2017)

<http://www.onapi.gov.do/index.php/signos-distintivos/marcas-y-nombres> (Consultado: 22 de noviembre de 2017)

[https://www.portafolio.co//Diario Digital Portafolio, Noticias de economía y negocios en Colombia y el Mundo.](https://www.portafolio.co//Diario_Digital_Portafolio,_Noticias_de_econom%C3%ADa_y_negocios_en_Colombia_y_el_Mundo.) (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

<http://www.wipo.int/trademarks/es/> (Consultado: 22 de noviembre de 2018)

https://www.wipo.int/about-wipo/es/activities_by_unit/ (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

<https://www.wipo.int/about-wipo/es/oversight/> (Consultado: 15 de Diciembre de 2017)

Legislación:

Constitución Política de la República de Guatemala. Asamblea Nacional Constituyente, 1986.

Convenciones Internacionales de Propiedad Intelectual. Asociación Interamericana de la propiedad Industrial, Asociación de Derechos Intelectuales, Derechos Intelectuales, Astrea, Lavalle 1208, Buenos Aires, 326 paginas.

Arreglo de Madrid relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsa o engañosa en los productos, Madrid, España. 1891.



Convenio Centro Americano para la Protección de la Propiedad Industrial. 19 noviembre – 1997 Por el Gobierno de Costa Rica: Geovanni Bonilla Goldoni Viceministro de Justicia y Gracia Por el Gobierno de El Salvador: Rolando Alvarenga Argueta Viceministro de Economía Por el Gobierno de Guatemala: Eduardo Sperisen Yurt Viceministro de Economía Por el Gobierno de Nicaragua: Jorge Alberto Montealegre Viceministro de Economía y Desarrollo.

Convenio de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. Organización Mundial De La Propiedad Intelectual (OMPI)

Ley del Organismo Judicial. Congreso de la República, Decreto número 2-89, 1989

Ley de Propiedad Industrial. Congreso de la República, Decreto 57-2000.

Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial. Acuerdo Gubernativo No. 89-2002.