

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

**ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN COMO
MEDIO DE LA PROYECCIÓN COMERCIAL DE GUATEMALA A NIVEL
INTERNACIONAL**

MARÍA GABRIELA GONZÁLEZ MORALES

GUATEMALA, SEPTIEMBRE 2011

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

**ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN COMO
MEDIO DE LA PROYECCIÓN COMERCIAL DE GUATEMALA A NIVEL
INTERNACIONAL**

TESIS

Presentada a la Honorable Junta Directiva

de la

Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales

de la

Universidad de San Carlos de Guatemala

Por

MARÍA GABRIELA GONZÁLEZ MORALES

Previo a Conferírsele el grado académico de

LICENCIADA EN CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES

y los títulos profesionales de

ABOGADA Y NOTARIA

GUATEMALA, SEPTIEMBRE 2011

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

DECANO: Lic. Bonerge Amilcar Mejía Orellana
VOCAL I: Lic. César Landelino Franco López
VOCAL II: Lic. Mario Ismael Águilar Elizardi
VOCAL III: Lic. Luis Fernando López Díaz
VOCAL IV: Br. Modesto José Eduardo Salazar Dieguez
VOCAL V: Br. Pablo José Calderón Gálvez
SECRETARIO: Lic. Avidán Ortiz Orellana

**TRIBUNAL QUE PRACTICÓ
EL EXAMEN TÉCNICO PROFESIONAL**

Primera Fase:

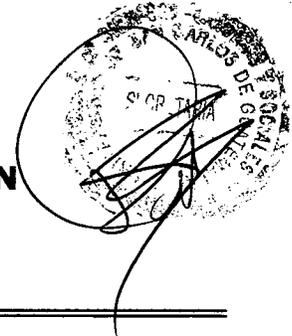
Presidente: Lic. Luis Guzmán Morales
Vocal: Lic. Marco Tulio Escobar Herrera
Secretario: Lic. Héctor René Granados Figueroa

Segunda Fase:

Presidenta: Licda. Rosalba Corzantes Zuñiga de Muñoz
Vocal: Licda. Ileana Noemí Villatoro Fernández
Secretario: Lic. Héctor Orozco y Orozco

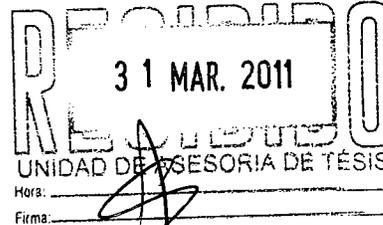
RAZÓN: "Únicamente el autor es responsable de las doctrinas sustentadas y contenido de la tesis" (Artículo 43 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público).

LICDA. KARLA MARISOL MORALES MARROQUÍN
22 calle 46-82 z.5
Teléfono: 41319640



Guatemala, 31 de marzo de 2011

FACULTAD DE CIENCIAS
JURÍDICAS Y SOCIALES



Señor Jefe de la Unidad de Tesis de la
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Licenciado Carlos Castro Monroy
Su Despacho

De mi consideración:

Atendiendo al nombramiento recaído en mi persona, como asesora de la Tesis de trabajo de **MARÍA GABRIELA GONZÁLEZ MORALES**, titulado "**ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN COMO MEDIO DE LA PROYECCIÓN COMERCIAL DE GUATEMALA A NIVEL INTERNACIONAL**", dejo constancia y me permito emitir el siguiente:

DICTAMEN:

- 1) La sustentante realizó un análisis exhaustivo de la legislación pertinente relacionada con las denominaciones de origen, aportando criterios de importancia tanto para la práctica como la doctrina sobre esta importante rama del derecho, que ha venido evolucionando con el paso del tiempo. En su argumentación, planteó las causas por las cuales los sectores agrícolas del país, a pesar de contar con condiciones geográficas privilegiadas, un suelo y clima diferentes y únicos, no se organizan para la inscripción y registro de una denominación de origen, lo cuál sería de beneficio para sus productos ya que serían colocados en un mercado amplio y los consumidores estarían dispuestos a pagar más por la especialización, calidad y seguridad que ofrecen.
- 2) La estructura y contenidos del trabajo de tesis realizado por la sustentante en estrecha colaboración con la asesora de la tesis, reúnen y satisfacen plenamente todos los requisitos reglamentarios y de aportación científica a las ciencias sociales, tratando un tema de importancia, actualidad y valor para la práctica jurídica, esgrimiendo justificaciones y argumentos válidos y arribando a conclusiones y recomendaciones concretas que convierten el trabajo de tesis en material de apoyo para los profesionales del derecho que no dominan el área de la propiedad intelectual y las denominaciones de origen en particular.

- 
- 3) En el desarrollo y preparación del trabajo de tesis, la sustentante se basó en metodología y técnicas de investigación diversas, como lo son el método científico y el método histórico, lo que hace de su trabajo una fuente de referencia, por lo cual como asesora del trabajo de tesis de la sustentante, María Gabriela González Morales tuvo la oportunidad de corroborar la utilización correcta del lenguaje y el léxico técnico jurídico propios de un profesional de las ciencias jurídicas, cumpliendo y sobrepasando con cada uno de los requisitos exigidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público; es un trabajo bien cimentado y correctamente dirigido por el estudiante.

De ello me permite extender **DICTAMEN FAVORABLE** al trabajo bajo análisis, en virtud que el trabajo de tesis de mérito, cumple con los requisitos establecidos, a efecto de dar continuidad al procedimiento respectivo y para su posterior evaluación por el Tribunal Examinador en el Examen Público de Tesis, que le permita optar al grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales otorgado por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales de la Universidad de San Carlos de Guatemala.

Atentamente,



Karla Marisol Morales Marroquín
ABOGADA Y NOTARIA
Colegiado 7171



UNIDAD ASESORÍA DE TESIS DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES. Guatemala, doce de abril de dos mil once.

Atentamente, pase al (a la) LICENCIADO (A) EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA, para que proceda a revisar el trabajo de tesis del (de la) estudiante MARÍA GABRIELA GONZÁLES MORALES, Intitulado: "ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN COMO MEDIO DE LA PROYECCIÓN COMERCIAL DE GUATEMALA A NIVEL INTERNACIONAL".

Me permito hacer de su conocimiento que está facultado (a) para realizar las modificaciones de forma y fondo que tengan por objeto mejorar la investigación, asimismo, del título de trabajo de tesis. En el dictamen correspondiente debe hacer constar el contenido del Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público, el cual dice: "Tanto el asesor como el revisor de tesis, harán constar en los dictámenes correspondientes, 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, las conclusiones, las recomendaciones y la bibliografía utilizada, si aprueban o desaprueban el trabajo de investigación y otras consideraciones que estimen pertinentes".


LIC. CARLOS MANUEL CASTRO MONROY
JEFE DE LA UNIDAD ASESORÍA DE TESIS



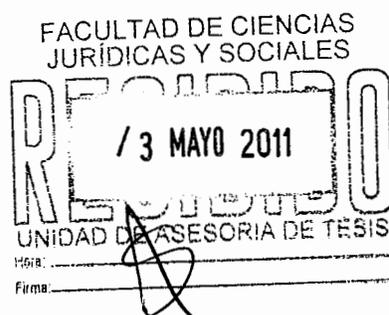
cc.Unidad de Tesis
CMCM/cpt.

LIC. EDGAR ARMINDO CASTILLO AYALA
3ª. Avenida 13-62 zona 1
Teléfono: 22327936 - 44715238



Guatemala, 3 de mayo de 2011

Licenciado
Carlos Castro Monroy
Jefe de la Unidad de Tesis
Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales
Universidad de San Carlos de Guatemala
Su Despacho



Licenciado Castro Monroy:

Como revisor de la Tesis de trabajo de **MARÍA GABRIELA GONZÁLEZ MORALES**, titulado **"ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN COMO MEDIO DE LA PROYECCIÓN COMERCIAL DE GUATEMALA A NIVEL INTERNACIONAL"**, habiendo revisado el trabajo encomendado, hago de su conocimiento lo siguiente:

- a) Como revisor de la tesis de **MARÍA GABRIELA GONZÁLEZ MORALES** procedí a efectuar la revisión del plan de investigación y de tesis, los que se encontraban congruentes con el tema a investigar y en consenso con la ponente del tema, se decidió sobre la manera de elaborarlo.
- b) Durante el desarrollo del trabajo de elaboración de tesis, María Gabriela González Morales, tuvo el empeño y atención cuidadosa en el desarrollo de cada uno de los temas que comprenden el trabajo de tesis, el cual tiene un amplio contenido científico, utilizando un lenguaje altamente técnico acorde al tema desarrollado, empleando bibliografía abundante y actualizada, asimismo, la ponente, hace uso en forma precisa del contenido científico sobre la metodología y técnicas de investigación utilizadas, lo que se refleja en las conclusiones y recomendaciones que se mencionan en el trabajo, las cuales son congruentes con el tema y con cada uno de los requisitos exigidos en el Artículo 32 del Normativo para la Elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público
- c) El trabajo de tesis que presenta la ponente, constituye un buen aporte para la comprensión y desarrollo de las denominaciones de origen, ya que trata todos los aspectos que éstas incluyen tanto generales como específicos y que por lo

regular son desconocidos por los profesionales del derecho, constituyendo una ayuda práctica para ampliar los conocimientos en esta importante área del derecho que cada día incursiona más en el ámbito, debido a los múltiples beneficios que brinda.

- d) He guiado personalmente a la sustentante durante todas las etapas del proceso de investigación científica, aplicando los métodos y técnicas apropiadas para resolver la problemática esbozada, con lo cual comprueba la hipótesis planteada conforme a la proyección científica de la investigación. Se debe anotar que lo anterior hizo de mi labor una muy sencilla y grata, contando siempre con la mayor disposición de la sustentante para atender las observaciones y recomendaciones que como Revisor le propuse y que, gracias al alto grado de conocimientos en la materia y jurídicos en general, pudo seguir de forma puntual. De ello que el trabajo de tesis en cuestión, reúne los requisitos legales prescritos, razón por la cual, permito extender **DICTAMEN FAVORABLE**, a efecto de que el mismo pueda continuar con el trámite correspondiente, para su posterior evaluación por el Tribunal Examinador en el Examen Público de Tesis, previo a optar el grado académico de Licenciado en Ciencias Jurídicas y Sociales.

Deferentemente,



Colegiado No. 6220

Edgar Armiado Castillo Ayala
Abogado y Notario

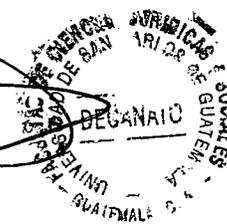


DECANATO DE LA FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y SOCIALES.

Guatemala, ocho de agosto del año dos mil once.

Con vista en los dictámenes que anteceden, se autoriza la Impresión del trabajo de Tesis del (de la) estudiante MARÍA GABRIELA GONZÁLEZ MORALES, Titulado ANÁLISIS JURÍDICO DE LAS DENOMINACIONES DE ORIGEN COMO MEDIO DE LA PROYECCIÓN COMERCIAL DE GUATEMALA A NIVEL INTERNACIONAL. Artículos 31, 33 y 34 del Normativo para la elaboración de Tesis de Licenciatura en Ciencias Jurídicas y Sociales y del Examen General Público.-

CMCM/sllh



DEDICATORIA



A Dios:

Porque más que un padre, ha sido un amigo, mi fuente de inspiración y quien me ha llenado de fe para creer en cosas grandes.

A mis padres:

Gracias por todo su apoyo, por creer en mí y porque con su ejemplo me han enseñado a vivir, los amo.

A mis hermanos:

Nancy, Willy, Juan Pablo, Sophia y Luis, por ser un apoyo incondicional, por su paciencia y porque han hecho que el camino de la vida sea más fácil de transitar.

A mis amigos:

Especialmente a Juan Carlos, Renata, Daniel, Marvin, Emerson, Jennifer y Ana, porque cada uno ha marcado mi vida de una manera especial.

A mi asesora de tesis:

Licenciada Karla Marisol Morales Marroquín, por su empeño y dedicación en la revisión de mi trabajo de tesis.

A:

La Jornada Matutina de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales, por perseguir la excelencia académica y humana.

A:

La Universidad de San Carlos de Guatemala,
especialmente a la Facultad de Ciencias Jurídicas y
Sociales, por brindarme la oportunidad de ser un
profesional.



ÍNDICE



Introducción.....	i
--------------------------	----------

CAPÍTULO I

1. Propiedad Intelectual.....	01
1.1. Definición.....	02
1.2. Antecedentes históricos.....	04
1.3. Organización Mundial del Comercio.....	08
1.4. Fundamento constitucional.....	13
1.5. División de la propiedad intelectual.....	14
1.5.1. El derecho de autor y los derechos conexos.....	16
1.5.2. Propiedad industrial.....	19
1.6. Elementos de la propiedad industrial.....	21
1.6.1. Nombre comercial.....	21
1.6.2. Marca.....	23
1.6.3. Expresiones o señales de publicidad.....	26
1.6.4. Secretos empresariales.....	26
1.6.5. Invenciones.....	28
1.6.6. Modelos de utilidad.....	29
1.6.7. Diseños industriales.....	30
1.6.8. Indicaciones geográficas.....	31

CAPÍTULO II



2. Denominaciones de origen.....	33
2.1. Antecedentes.....	33
2.2. Definición.....	37
2.3. Características principales.....	42
2.4. Diferenciación con términos similares.....	43
2.4.1. Indicación de procedencia.....	44
2.4.2. Indicación geográfica.....	47
2.5. Importancia.....	49
2.5.1 Trascendencia en la economía.....	51
2.6. Competencia desleal.....	52
2.6.1. Atribución engañosa.....	54

CAPÍTULO III

3. Régimen internacional de las denominaciones de origen.....	57
3.1. La necesidad de protección de las denominaciones de origen.....	57
3.2. Inconvenientes que representa la protección internacional.....	58
3.3. Acuerdos multilaterales.....	60
3.3.1. Convenio de Paris.....	61
3.3.2. Acuerdo sobre los ADPIC.....	65
3.3.3. Tratados de libre comercio.....	72

CAPÍTULO IV



4. Régimen jurídico nacional de las denominaciones de origen.....	75
4.1. Generalidades.....	75
4.2. Normas aplicables.....	75
4.3. Régimen de registro y protección.....	76
4.3.1. Solicitud.....	76
4.3.2. Cargas fiscales.....	79
4.3.3. Procedimiento.....	79
4.3.4. Examen de forma y fondo.....	81
4.3.5. Oposición.....	83
4.3.6. Resolución final.....	83
4.4. Régimen de administración y control.....	85
4.4.1. Órgano de administración.....	85
4.4.2. Contenido de la normativa.....	86
4.4.3. Aprobación y modificación.....	87
4.4.4. Autorización y uso.....	88
4.4.5. Cancelación.....	90
4.5. Medios jurídicos de defensa.....	92
4.5.1. Legitimación.....	93
4.5.2. Órgano competente.....	94
4.5.3. Arbitraje y conciliación.....	94
4.5.4. Caducidad.....	95
4.5.5. Medidas cautelares.....	96

CAPÍTULO V



Pág.

5. Las denominaciones de origen como medio eficaz para la proyección comercial de Guatemala a nivel internacional.....	99
5.1. La propiedad intelectual y la economía.....	99
5.2. Situación económica actual.....	101
5.2.1 Situación económica en Latinoamérica.....	101
5.2.2 Guatemala.....	103
5.3. Ubicación privilegiada geográfica y climática de Guatemala.....	107
5.3.1. Ejemplo de la denominación de origen en Guatemala: "Café de Antigua".....	109
5.3.2. Características únicas y especiales del Café Antigua.....	111
5.4. Ventajas de los productos producidos con una denominación de origen....	114
5.4.1. Ventajas del uso de las denominaciones de origen para Guatemala.....	118
5.5. Causas de la falta de registro de las denominaciones de origen ante el Registro de la Propiedad Intelectual.....	121
CONCLUSIONES.....	127
RECOMENDACIONES.....	129
BIBLIOGRAFÍA.....	131

INTRODUCCIÓN



La legislación que existe actualmente en Guatemala es extensa, abarca ampliamente temas tributarios, administrativos, penales, laborales y civiles; tanto en el ámbito nacional, como internacional. De tal manera, que se ha dejado de un lado el derecho natural guiado por la razón, para ceder paso a una sociedad eminentemente positivista. Ante esta realidad, se esperarían cambios positivos dentro de la sociedad, pero al analizar la situación actual en la que vive la mayoría de guatemaltecos, los resultados son solamente un reflejo de la mala aplicación e interpretación de la ley; dando como resultado pobreza, violencia y consecuentemente poco desarrollo a nivel general. En base a esta realidad, decidí investigar la razón del débil y atrasado desarrollo económico del país, a pesar de contar con Tratados, Convenios y legislación interna, que protegen tanto a comerciantes como a consumidores.

El objeto del presente análisis, es el estudio de la economía nacional y la incidencia que podrían tener las denominaciones de origen en el mejoramiento en la calidad de vida de los guatemaltecos, principalmente en el área rural, donde se cuenta con los elementos geográficos, culturales y humanos necesarios, para la elaboración de productos con capacidad para competir a nivel internacional.

Está claro, que las causas por las que no se registran las denominaciones son varias y de trascendencia, debido a que los beneficios que ofrecen son inherentes y palpables. Algunas de ellas, son la falta de conocimiento de sus ventajas, procedimiento de inscripción, incidencias que conllevan su registro y el poco o nulo apoyo y asesoría hacia los productores para generar su inscripción.



En el primer capítulo, se examinaron aspectos generales de la propiedad intelectual, antecedentes históricos y el fundamento constitucional que la sustenta y respalda en Guatemala. Además, se trató la división de la propiedad intelectual, porque es dentro de una de estas divisiones, en la cual las denominaciones se ubican, siendo ésta la propiedad industrial.

En el capítulo segundo, se trataron las denominaciones de origen propiamente dichas, estableciéndose diferentes definiciones para entender su significado en un sentido amplio. Así como sus antecedentes, características principales, diferenciación con términos similares, su importancia tanto dentro de la economía nacional como a nivel mundial y otros aspectos como la competencia desleal.

El tercer y cuarto capítulo están íntimamente relacionados, ya que se trata la legislación nacional e internacional, pero debido a la importancia de ambas, se hizo un estudio separado de las mismas. En el capítulo tercero, se abarca la legislación internacional para tener un panorama más amplio de lo que ocurre en torno a este importante tema, porque es precisamente en otros países, principalmente en Europa, en donde se hace un uso masivo de las denominaciones de origen. En el cuarto capítulo, se desarrolla el régimen jurídico nacional, abarcando generalidades y el procedimiento que se debe seguir para registrar una denominación de origen.

Finalmente, el quinto capítulo trata desde varios puntos la realidad nacional en cuanto a las denominaciones de origen, incluyendo el único ejemplo que se puede mencionar hasta el momento: "Café de Antigua". El cual, después de pasar un procedimiento largo de registro, alcanzó su reconocimiento; logrando obtener protección a nivel nacional e internacional, así como los beneficios que le corresponden.

CAPÍTULO I



1. Propiedad intelectual

La propiedad intelectual y su protección, tienen actualmente una importante y notable incidencia en el comercio internacional, siendo un tema tratado en múltiples negociaciones internacionales. Es tal su incidencia, que los países industrializados en distintos foros y negociaciones, han tratado de demostrar que la falta de protección de los derechos de propiedad intelectual, constituye una verdadera barrera no-arancelaria para el comercio de productos y servicios; así como la disminución de incentivos a la inversión, investigaciones científicas y perjuicios a la fama comercial. Todo esto, afecta a muchas empresas, cuyos productos son deslealmente falsificados; estos últimos son los llamados daños colaterales, que se pueden producir por la falta de protección en materia de propiedad intelectual.

Actualmente, se puede observar un gran avance científico, artístico, literario y tecnológico; debido a que cada vez, hay más creaciones originales o mejoras a las ya existentes, lo que promueve una mayor intensidad de las relaciones comerciales entre los distintos países. Sumado a lo anterior, las organizaciones que se dedican a la investigación y creación, están en busca de mejores formas para asegurar sus intereses, de ahí la relevancia que tiene la normativa que regula adecuadamente estos temas, porque se tratan dentro de un marco de certeza jurídica, las relaciones comerciales existentes y que puedan surgir en el ámbito de la propiedad intelectual.



1.1 Definición

Debido a los múltiples estudios que se han realizado acerca de la propiedad intelectual, es difícil enunciar una sola definición, pero sin perjuicio del estudio profundo que dicho tema amerita, se pueden mencionar ciertas definiciones que por su amplitud, han marcado el punto de referencia, para los estudios que se realizan sobre esta amplia e interesante rama del derecho.

Para el autor Robert M. Sherwood, "La propiedad intelectual es un compuesto de dos cosas. Primero, ideas, invenciones y expresión creativa. Son esencialmente, el resultado de la actividad Privada. Segundo, la disposición pública a otorgar el carácter de propiedad a esas invenciones y expresiones. El término "propiedad intelectual", combina el concepto de creatividad privada y el concepto de protección pública de los resultados de esa creatividad. Dicho de otra manera, invención y expresión creativa más protección, es igual a "propiedad intelectual".¹

El tratadista mexicano, David Rangel Medina, indica que: "La propiedad intelectual, es el conjunto de derechos resultantes de las concepciones de la inteligencia y del trabajo intelectual, contemplados principalmente desde el aspecto del provecho material que de ellos puede resultar. Esta propiedad, a la que también se le designa propiedad inmaterial, comprende tanto los derechos relativos a las producciones literarias,

¹ M. Sherwood, Robert, **Propiedad Intelectual y Desarrollo Económico Como una Nueva Estrategia para la Competitividad Científica y Tecnológica**, pág. 23.



científicas y artísticas, como los que tienen por objeto las obras pertenecientes al campo de la industria, las marcas y otros signos distintivos de la empresa, que aunque no siempre puedan considerarse creaciones intelectuales, también caen dentro del marco de la propiedad inmaterial”.²

Ricardo Antequera Parilli, cita: “La propiedad intelectual, más que una disciplina jurídica, está referida a un espacio jurídico en el que, además de las disposiciones reguladoras de esos derechos, se encuentran otras (que otorgan o no derechos subjetivos), que disciplinan la actividad económica (de explotación), en que tales derechos inciden y en el plano de la misma en que se produce esa incidencia (en el de la competencia económica).”³ La propiedad intelectual, según Rojina Villegas, “comprende una serie de derechos que se ejercitan sobre bienes incorporales, tales como una producción científica, artística o literaria, un invento o la correspondencia”.⁴

Finalmente, en sentido más amplio, puede afirmarse que la Propiedad Intelectual tiene que ver con las creaciones de la mente: las invenciones, las obras literarias y artísticas, los símbolos, los nombres, las imágenes, los dibujos y modelos utilizados en el comercio.

² Medina Rangel, David, *Revista mexicana de la propiedad Industrial*, pág. 40.

³ V. Delgado, Antonio, “Propiedad intelectual”. Documento OMPI/CRN/PAN/94/1. pág. 2.

⁴ Rojina Villegas, Rafael, *Derecho civil mexicano, bienes, derechos reales, propiedad intelectual y posesión*, pág. 547.



1.2 Antecedentes históricos

Para estudiar seriamente cualquier institución jurídica, es imprescindible conocer a fondo los antecedentes históricos, porque es en éstos donde se encuentra a menudo la razón de ser de las normas vigentes y por tanto, son indispensables para interpretar el derecho actual.

La evolución del derecho a lo largo de la historia ha sido consecuencia ante todo, de los cambios que la propia realidad impone. El fluir de los acontecimientos en una sociedad en donde las circunstancias se transforman a cada momento, es lo que provoca la aparición de nuevas regulaciones. Al acontecer le sigue el legislar, el establecer las reglas por las que la sociedad debe regirse con respecto a la nueva situación. Así por ejemplo, ninguna sociedad se preocupaba por determinar cómo o quién tenía derechos de propiedad, en torno a un libro o una frecuencia radial, hasta que se inventó la imprenta y la radio. No obstante, que el hombre empezó a crear desde la época de la pintura rupestre y quizás desde algún tiempo anterior, su calidad de autor como tal y los beneficios que ésta podía darle, no fue reconocido sino hasta hace poco menos de tres décadas.

Como antecedentes histórico, puede citarse que en la antigüedad, especialmente en materia de marcas, existían probablemente entre los griegos y entre los romanos, ciertos derechos tendientes a su protección contra los usurpadores, aunque no parece que tales marcas hayan tenido la misma función jurídica que en nuestros tiempos. En



realidad, las marcas en su origen, fueron más que signos distintivos de las cosas, fueron básicamente signos distintivos de las personas, a las cuales las cosas pertenecían, de forma que la marca, era algo semejante al nombre comercial. Es importante resaltar el hecho, que los antecedentes son distintos dependiendo del territorio del que se trate y aún más, cuando se hace referencia a un elemento en particular como las marcas, las patentes o los derechos de autor, por ejemplo.

Edwin Otoniel Melini Salguero, manifestaba que: "En la Edad Media, se utilizaron las marcas en el sentido de que indicaban la referencia de una persona, e incluso representaban una presunción de propiedad a su favor. Existieron dos clases de marcas, las colectivas y las individuales. La marca colectiva era de la corporación y la marca individual era la de cada uno de los miembros de la misma. Es la marca individual de los miembros de las corporaciones, el antecedente de la marca en sentido moderno. Con la desaparición del régimen corporativo, consecuencia de la revolución francesa, se instaura la libertad de comercio que, llevada a sus últimas consecuencias, había de permitir la competencia sin límites y hacer desaparecer la marca como signo exclusivo de un comerciante; pero las reclamaciones de diversos sectores de la industria, obligaron al poder público a restablecer el principio de la propiedad de las marcas, primero sin sanciones penales y después con severas penas, que no fueron en la práctica aplicadas. En la segunda mitad del siglo XIX, se promulgan en diversos países las grandes Leyes generales sobre las marcas y se forma en cada país, un verdadero derecho de marcas; tendiendo, de una manera general, a proteger al titular de las mismas contra las usurpaciones e imitaciones. Este derecho moderno, tiene el

doble aspecto de una prerrogativa facultativa y no de mención obligatoria y de derecho individual y no colectivo, como en la antigua marca corporativa.”⁵



En cuanto a las patentes, también existen antecedentes, los cuales no son tan antiguos como los de las marcas o los nombres comerciales, pero que indistintamente forman parte del desarrollo de la propiedad intelectual. La historia del derecho de patentes es moderna, este derecho representa una protección al derecho de reproducción de la invención y a los mecanismos de reproducción, aspectos que con esa connotación eran apenas conocidos en los tiempos antiguos y medievales, por lo que fue a partir de la Revolución Francesa, con los medios de difusión, que empezó a existir la necesidad de protección, revistiendo un interés bastante grande.

Los antecedentes del derecho de autor no son tan modernos y al respecto se puede mencionar que: “Las antiguas culturas griegas y romanas ignoraban un derecho de autor en el sentido actual. La primera Ley de derecho de autor que se dictó se remonta al año 1709”⁶. En 1948 el derecho de autor se integró en la Declaración Universal de los derechos humanos con el Artículo 27, párrafo 2, el cual establece que cada uno tiene el derecho a la protección de los intereses morales y materiales procedentes de toda producción literaria o artística de la cual es autor.

⁵ Edwin Otoniel Melini Salguero. Profesor del Curso de Propiedad Intelectual, citando al autor Roubier, en cátedra sobre los antecedentes Históricos de la Propiedad Intelectual. Universidad de San Carlos de Guatemala, 1999.

⁶ Ulrich Uchtenhagen, Curso Regional de la OMPI Sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos para países de América Latina, Punta del Este, pág. 3.



Durante el Curso Regional de la OMPI Sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos para países de América Latina, realizado en noviembre de 1997, en Montevideo Uruguay, se discutieron varios aspectos relevantes de esta importante rama del derecho de propiedad intelectual y se llegó a la conclusión, que la evolución que se ha tenido en los últimos años, ha sido generada por los adelantos tecnológicos y el nivel inventivo de una sociedad que ha trabajado por mejorar su nivel de vida a través de sus distintas habilidades. Se sintetizó su acelerado crecimiento de esta forma: "Una ola grande de invenciones comienza en el último cuarto del siglo XIX. La producción de ejemplares de obras, con la invención del fonógrafo, del gramófono y del cinematógrafo, ha creado enormes posibilidades nuevas de comunicación. Y con la energía eléctrica, también fue dada la condición más importante para otra difusión más de sonidos, signos e imágenes en forma inmaterial, así sobre todo por vía del telégrafo. Desde entonces los medios de comunicación conocen un desarrollo ininterrumpido y desenfrenado; del cinematógrafo se ha llegado a la grabación del video; a la radio se unió la televisión, al disco siguió el casete; la fotografía llevó a la fotocopia, a la reprografía y todos estos adelantos enlazaron en unas redes de telecomunicaciones que permiten llevar cada expresión humana en fracciones de segundos a cualquier parte del mundo." ⁷

Además, hay que hacer notar la importancia que la imprenta tuvo en la evolución de la propiedad intelectual, sobre todo en materia de los derechos de autor. En el año de 1455, el alemán Gutemberg, inventa la imprenta, naciendo con ello un sistema de

⁷ Ibid, páginas 6 y 7.



reproducción de obras literarias en gran escala, produciéndose así, un cambio radical en el mundo de las letras, poniéndose las obras literarias al alcance de todas las personas y ya no solo de los más ricos. Con el apareamiento de la imprenta, se dio la oportunidad al hombre no sólo de divulgar sus ideas, sino también como fuente de beneficio económico, lo que originó las relaciones entre editores y autores, circunstancia que demandó y motivo la creación de una legislación que regulará sobre la materia, para proteger los intereses de los autores y sobre todo sus derechos de propiedad en sus creaciones intelectuales.

Así que, tomando como inicio los adelantos en varias áreas a nivel mundial, pero sobretodo los tecnológicos, se hizo cada vez más imperiosa la necesidad de proteger aquellas creaciones intelectuales, las cuales marcaban el inicio de una era revolucionaria donde no podía faltar una legislación sólida, aplicable y estable; la cual fuera respetada por todos.

1.3 Organización Mundial del Comercio

El comercio como actividad económica y social, tiene sus orígenes en las primeras épocas de la historia de la humanidad. El nacimiento de los Estados modernos, planteó sobre este esquema tradicional nuevos elementos a considerar, lo cual hizo que paulatinamente las reglamentaciones administrativas del comercio y la presencia de los poderes públicos en estas actividades comerciales aumentaran y revistieran formas cada vez más complejas y diferentes. Básicamente, se empezó a generalizar la forma



de regulación comercial desde 1947: "El sistema multilateral de comercio, establecido en los finales de 1947 con la firma del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT), buscaba una mayor liberalización del comercio mundial a través de la cooperación internacional, cooperación que se ha consolidado y potenciado con la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC). Organización que, fuera de toda duda, constituye el mayor ente operativo del orden económico universal, denominado globalización."⁸

Su creación, fue el resultado de ocho años de negociaciones de la ronda de Uruguay, del acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y de Comercio, que concluye con la firma de los acuerdos de Marrakech, en abril de 1994, estableciendo así nuevas normas referidas al comercio de servicios, aspectos de propiedad intelectual, solución de diferencias y el examen de políticas comerciales. "La primera Conferencia Ministerial de la OMC tuvo lugar durante los días 9 a 13 de diciembre de 1996, en Singapur y permitió comprobar la eficacia de la nueva entidad, en la que se apoya el sistema global de comercio."⁹

La Organización Mundial del Comercio (OMC) nació en 1995, como sucesora del Acuerdo General sobre Aranceles Aduaneros y Comercio (GATT) 1994, establecido tras la segunda guerra mundial y cuyo fin era establecer un sistema multilateral de

⁸ Heredero, María Isabel, **La Organización Mundial de Comercio. Antecedentes, Situación y Perspectivas**, pág.

⁹ Tamames Gómez, Ramón y Huerta Begoña, **Estructura Económica Internacional**, pág. 158



comercio, que permita reforzar la eficacia y credibilidad de las normas internacionales del mismo. “La OMC es el organismo dentro del marco de Naciones Unidas, sustitutivo del GATT en todas sus funciones. Por tanto, a diferencia de este último, tiene un estatuto legal perfectamente definido, creado por medio de un acuerdo con características de Tratado internacional, con personalidad jurídica propia y de características similares a la de los organismos especializados de Naciones Unidas”.¹⁰ Ortiz y Suárez también afirman que: “El carácter dinámico y la implantación gradual de buena parte de la normativa que configura la OMC hace especialmente compleja la labor de determinar los efectos que puede generar, tanto en términos cuantitativos como de estrategias de política comercial, mediante las que los países traten de reaccionar frente a una disciplina más rígida para sus transacciones internacionales”¹¹

Es la única organización internacional, que se ocupa de las normas que rigen el comercio entre los países y a través del tiempo se ha consolidado en todo el mundo por las ventajas que proporciona. “Los pilares sobre los que descansa, son los Acuerdos de la OMC, que han sido negociados y firmados por la gran mayoría de los países que participan en el comercio mundial y ratificados por sus respectivos parlamentos. El objetivo es ayudar a los productores de bienes y servicios, los exportadores y los importadores, a llevar adelante sus actividades y en términos generales se encarga de administrar los acuerdos comerciales, servir de foro para las negociaciones

¹⁰ Heredero, María Isabel, Ob. Cit, pág. 12

¹¹ Ibid, pág. 16

comerciales, resolver las diferencias comerciales, supervisar las políticas comerciales nacionales, ayudar a los países en desarrollo con las cuestiones de políticas comerciales nacionales, prestándoles asistencia técnica y organizando programas de formación; así como cooperar con otras organizaciones internacionales.”¹²



El ámbito de aplicación de la OMC se resume en la aplicación de cinco acuerdos multilaterales: Comercio de mercancías (GATT 1994), Comercio de servicios (GATS), Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio (ADPIC), normas y procedimientos por los que se rige la solución de diferencias y mecanismos de examen de políticas comerciales y cuatro acuerdos plurilaterales, cuyas normas afectan esencialmente a los países que los han firmado. El acuerdo de la OMC sobre propiedad intelectual, básicamente está contenido en anexo “C” que contiene el Acuerdo Sobre los Aspectos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) por sus siglas en inglés y que consiste en una serie de normas que rigen el comercio y las inversiones en la esfera de las ideas y de la creatividad.

Ofrece a los países en vías de desarrollo, asesoramiento especializado sobre solicitud de patentes internacionales y sobre registro de marcas, dibujos y modelos industriales. Asimismo, alienta a estos países a aprovechar plenamente el sistema de protección de

¹² Página Oficial de la Organización Mundial del Comercio, http://www.wto.org/spanish/thewto_s/whatis_s.htm. (18 de septiembre de 2010).



la propiedad intelectual, para impulsar la actividad creativa nacional por medio de inversiones, así como facilitar la transferencia de tecnologías.

Finalmente, en cuanto a su estructura, la OMC se compone de cinco organismos: "El órgano supremo de este organismo es la Conferencia Ministerial, compuesta por representantes de todos sus países miembros, que ha de reunirse cada dos años como mínimo; la cual tiene la facultad de adoptar decisiones sobre todos los asuntos comprendidos en el ámbito de cualquiera de los acuerdos multilaterales, examina los trabajos en curso, da orientaciones políticas para esa labor y establece el programa para la continuación de los trabajos. El Consejo General compuesto por embajadores y representantes oficiales en las Misiones de Ginebra, se reúne varias veces al año y se encarga de supervisar el funcionamiento del Acuerdo. Finalmente el Consejo de Comercio de Mercancías, Consejo de Comercio de Servicios y Consejo de los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionado con el comercio, realizan tareas secundarias."¹³

Estudiosos de la Organización Mundial del Comercio y la influencia de ésta en países europeos principalmente, afirman que: "El carácter dinámico y la implantación gradual de buena parte de la normativa que configura la OMC hace especialmente compleja la labor de determinar los efectos que puede generar, tanto en términos cuantitativos

¹³ "Acuerdos Comerciales Internacionales" <http://www.aduana.gob.bo/conveniosinternacionales/asinterconvenios/cd>
cd///Organizaciónmundialdelcomercio// (24 septiembre 2010)



como de estrategias de política comercial mediante las que los países traten de reaccionar, frente a una disciplina más rígida para sus transacciones internacionales”.¹⁴

1.4 Fundamento constitucional

En nuestro país, la propiedad intelectual tiene tal trascendencia dentro del ámbito jurídico, debido a los derechos e intereses que protege, que está regulada en la Constitución Política de la República de Guatemala. En el título II, del capítulo I, se reconoce como un derecho humano individual, el derecho de autor y el derecho de inventor; estableciendo en el Artículo 42: “Se reconoce el derecho de autor y el derecho de inventor; los titulares de los mismos gozarán de la propiedad exclusiva de su obra o invento, de conformidad con la Ley y los Tratados internacionales”

En el capítulo II, sección segunda, reconoce dentro de los derechos sociales, el derecho a la cultura; estableciendo en el Artículo 57 que: “Toda persona tiene derecho a participar libremente en la vida cultural y artística de la comunidad, así como a beneficiarse del progreso científico y tecnológico de la nación”; además, el Artículo 59 del mismo cuerpo legal, establece: “Es obligación primordial del Estado proteger, fomentar y divulgar la cultura nacional; emitir las Leyes y disposiciones que tiendan a su enriquecimiento, restauración, preservación y recuperación; promover y reglamentar su investigación científica, así como la creación y aplicación de la tecnología apropiada.”

¹⁴ Orts Vicente y Suárez Celestino, *Ob. Cit.*, pág. 16



Por su parte, el Artículo 63 indica que: “El Estado garantiza la libre expresión creadora, apoya y estimula al científico, intelectual y al artista nacional, promoviendo su formación y superación profesional y económica.” Por su parte, el Artículo 43 regula: “Se reconoce la libertad de industria, de comercio y de trabajo, salvo las limitaciones que por motivos sociales o de interés nacional impongan las leyes”.

Los Artículos enunciados anteriormente de la Constitución Política de la República de Guatemala, son citados sin perjuicio de otros que también regulan actividades que de una u otra manera se vinculan con la propiedad intelectual, constituyendo un conjunto de normas básicas y fundamentales de las cuales se desprenden cuerpos normativos como la Ley de Propiedad Industrial y la Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos; las cuales han marcado un importante avance en la regulación y protección de este tipo de derechos.

1.5 División de la propiedad intelectual

La propiedad intelectual se divide en dos categorías: la propiedad industrial, que incluye las invenciones, patentes, marcas, dibujos y modelos industriales e indicaciones geográficas de procedencia; y el derecho de autor, que abarca las obras literarias y artísticas como las novelas, los poemas y las obras de teatro, las películas, las obras musicales, las obras de arte como los dibujos, pinturas, fotografías, esculturas y los diseños arquitectónicos. Los derechos relacionados con el derecho de autor son los derechos de los artistas, intérpretes y ejecutantes sobre sus interpretaciones y



ejecuciones, los derechos de los productores de fonogramas sobre sus grabaciones y los derechos de los organismos de radiodifusión sobre sus programas de radio y de televisión.

Al respecto, hay que decir que este término y su contenido ha venido evolucionando, discutiéndose y desarrollándose en las esferas internacionales, debido a ello es que la noción de propiedad intelectual, actualmente abarca ambos ordenes normativos; por lo que la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI) administra los Convenios internacionales relacionados a ambas materias, en especial, el Convenio de Paris sobre Propiedad Industrial y el Convenio de Berna sobre los Derechos de Autor. “Ha sido tradicional la protección de los derechos intelectuales, tanto en su versión de derechos de autor, como de derecho de la propiedad industrial, a través de Leyes especiales, específicas sobre cada una de dichas materias. Desde el siglo pasado, muchos países comenzaron a reglamentarlas mediante leyes de patentes, leyes de marcas, leyes sobre competencia desleal y leyes reguladoras de los derechos sobre las creaciones literarias, artísticas y científicas.”¹⁵

La denominación “propiedad intelectual” se adoptó en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de la Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), el cual a la fecha puede considerarse como uno de los Tratados más importantes en esa

¹⁵ Rangel Medina, Daniel, **El acuerdo de Marrakech por el que se establece la OMC y el acuerdo sobre los derechos de propiedad intelectual (TRIPS)**, Pág. 471



materia y que se celebró en el seno de la OMC. Este acuerdo, fue suscrito por la mayoría de sus Estados miembros y su texto se encuentra estrechamente vinculado con los demás Tratados internacionales sobre ambos temas. Es por ello, que en los últimos años cuando se trata el tema de los Derechos de Propiedad Intelectual, se hace referencia tanto a los derechos de autor y derechos conexos; como a la propiedad industrial. Su importancia ha trascendido las fronteras y su alcance ha inspirado su protección, tal como lo expresa Claude Masouye: “El conjunto de las obras de los autores de un país, refleja el alma de la nación y permite conocer mejor sus costumbres, sus usos y aspiraciones. Si la protección no existe, el patrimonio cultural será escaso y no se desarrollarán las artes. Todo país que desee estimular e inspirar a sus propios autores, con el fin de crear tal patrimonio cultural nacional, deberá conceder una protección efectiva al derecho de autor”¹⁶

1.5.1 El derecho de autor y los derechos conexos

El derecho de autor y los derechos conexos, son conceptos e instrumentos jurídicos a través de los cuales se respetan y protegen los derechos de los creadores sobre sus obras, contribuyendo de esta manera al desarrollo cultural y económico de los pueblos. El derecho de autor tiene un papel decisivo en la articulación de las contribuciones y los derechos de los distintos grupos interesados, que participan en las industrias culturales y la relación entre éstos y el público. En la doctrina, se reconoce al derecho de autor de esta manera: “Bajo el nombre de derecho de autor, se designa al conjunto de

¹⁶ Masouye, Claude, *Introducción al derecho de autor*. *Revista mexicana de la propiedad industrial y artística*, página 38 y siguientes.



prerrogativas que las Leyes reconocen y confieren a los creadores de obras intelectuales mediante la escritura, la imprenta, la palabra hablada, la música, el dibujo, la pintura, la escultura, el grabado, la fotocopia, el cinematógrafo, la radiodifusión, la televisión, el disco, el casete, el videocasete y por cualquier otro medio de comunicación”¹⁷

En los últimos 50 años, se ha expandido rápidamente el ámbito de los derechos conexos al derecho de autor. Estos derechos conexos, han ido desarrollándose en torno a las obras protegidas por el derecho de autor y conceden derechos similares, aunque a menudo más limitados y de más corta duración a los artistas intérpretes o ejecutantes (tales como los actores y los músicos) respecto de sus interpretaciones o ejecuciones; a los organismos de radiodifusión respecto de sus programas de radio y de televisión y a los productores de grabaciones sonoras (por ejemplo, las grabaciones en cassetes y discos compactos) respecto de sus grabaciones. Actualmente, el derecho de autor goza de uno de los más avanzados sistemas internacionales de protección, entre los elementos que se abarca en materia de la propiedad intelectual.

Es tal la inferencia que ha logrado abarcar esta categoría de la propiedad intelectual en la vida cotidiana, que sus alcances se expanden, incluso, hasta el área espiritual: “Como se puede inferir, toda la actividad de los creadores de estas obra y de quienes hacen posible su interpretación, ejecución y difusión, de alguna manera, pueden

¹⁷ Rangel Medina, David, Derecho de la propiedad intelectual e industrial, pág. 958.

proporcionar bienestar espiritual a las personas, por ello se afirma, que este sector (Derecho de Autor y Derechos Conexos), tiene aplicación en el casmpo espiritual.”



La Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos, decreto 33-98 del Congreso de la República, establece en el Artículo 18 que el derecho de autor comprende los derechos morales y patrimoniales, que protegen la paternidad, la integridad y el aprovechamiento de la obra. Los derechos que abarca, son realmente una garantía de protección a su creación, pudiendo aplicarlos en cualquier momento con las únicas limitaciones que establece la Ley.

Los derechos morales, están regulados en el Artículo 19 de la Ley de Derecho de Autor y Derechos Conexos y básicamente regula que este tipo de derechos son inalienables, imprescriptibles e irrenunciables. Duran toda la vida del autor, ya que cuando fallece sus herederos pueden ejercitar sin límite de tiempo este derecho y equivalen principalmente al derecho de reivindicar la autoría de una obra y al derecho de oponerse a que se le realicen cambios o modificaciones que pueden atentar contra la reputación del autor o creador, así como conservar su obra inédita o anónima o disponer por testamento que así se mantenga después de su fallecimiento.

¹⁸ Ramírez Daniel, Introducción a la Propiedad Intelectual. Página 8.



Por su parte, los derechos patrimoniales están regulados en el Artículo 21 de la Ley anteriormente mencionada y son llamados también pecuniarios; que confieren al titular del derecho de autor, las facultades de utilizar directa y personalmente la obra, de transferir total o parcialmente sus derechos sobre ella y de autorizar su utilización o aprovechamiento por terceros; dura toda la vida del autor y a partir de su muerte, el período que la legislación del país en donde se constituyó le otorgue. En el caso de Guatemala, los derechos patrimoniales se protegen durante toda la vida del autor y 75 años después de su muerte. Cuando la obra le pertenezca a varios coautores, dicho período, se contará a partir de la muerte del último. Es por los derechos patrimoniales, que los creadores o autores originales de obras protegidas por el derecho de autor y sus herederos, gozan de ciertos derechos básicos, como la exclusividad de utilizar o autorizar a terceros a que utilicen la obra en condiciones convenidas de común acuerdo.

1.5.2 Propiedad industrial

La propiedad industrial es el derecho exclusivo que otorga el Estado, para usar o explotar en forma industrial y comercial, las invenciones o innovaciones de aplicación industrial o indicaciones comerciales, que realizan individuos o empresas para distinguir sus productos o servicios ante la clientela o usuarios en el mercado nacional e internacional. Este derecho, confiere a su titular la facultad de excluir a otros del uso o explotación comercial de su propiedad, si no cuenta con su autorización. Guillermo Cabanellas, define a la propiedad industrial como: “La que adquiere por sí mismo el



inventor o descubridor con la creación o descubrimiento de cualquier invento relacionado con la industria; y el productor, fabricante o comerciante, con la creación de signos especiales con los que aspira a distinguir de los similares los resultados de su trabajo.”¹⁹

La propiedad industrial protege un mayor número de objetos, como la protección de los signos distintivos y toda actividad relacionada al ámbito empresarial, por lo que se afirma que la Propiedad Industrial, como área o sector de la Propiedad Intelectual, tiene aplicación en el campo del comercio y de la industria. “Tradicionalmente, la doctrina ha venido considerando que la propiedad industrial integra una categoría de derechos relacionados con la empresa, el empresario y su actividad. Esta categoría está integrada por los signos distintivos (marcas, nombres comerciales y rótulos de establecimiento), por las invenciones técnicas (patentes y modelos de utilidad), por las creaciones de forma (dibujos y modelos industriales), por las denominaciones de origen y por la represión de la competencia desleal; derechos que se encuentran enunciados en el Artículo 1.2 del Convenio de la Unión de París, el cual fue el primer texto de carácter internacional para proteger la propiedad industrial, que se aprobó el 20 de marzo de 1883.”²⁰

¹⁹ Cabanellas de Torres, Guillermo, **Diccionario Jurídico Elemental**, pág. 315.

²⁰ Llobregat Hurtado, María Luisa, **Temas de propiedad industrial**, pág. 25



La propiedad industrial viene a ser una protección a los productos del ingenio humano, pero no a los objetos en sí mismos, sino al derecho que tiene el inventor sobre esos bienes, pues el individuo como inventor debe tener una ventaja sobre los terceros, ésta se traduce, en poder obtener provecho económico por compartirlo con los demás. De igual manera, protege al inventor o descubridor de cualquier individuo que desee robar su idea, no por el hecho de jactarse de robar un invento, sino para obtener el provecho económico. Esto quiere decir, que el hombre en su afán de resolver problemas, pone a trabajar su imaginación y luego convierte sus planes en acción coherente, para obtener un resultado original, útil y provechoso para la sociedad y a la vez para sí mismo.

1.6 Elementos de la propiedad industrial

La propiedad Industrial está compuesta por un amplio número de elementos que la integran, los cuales en su conjunto, protegen las invenciones o creaciones humanas aplicadas al ámbito de la industria.

1.6.1 Nombre comercial

Se entiende por nombre comercial, el signo o denominación que sirve para identificar a una persona física o jurídica en el ejercicio de su actividad empresarial y que distingue tal desenvolvimiento de las otras idénticas o similares. “El nombre comercial es un signo denominativo, ya que está formado por una denominación, es decir, por una



palabra, un conjunto de palabras, un nombre propio o de fantasía, o la razón social, o contar con otro elemento; y es mixto cuando además de estar formado por un conjunto de palabras, tiene incluidos, otros elementos como figuras, retratos o dibujos.”²¹

En cuanto a su naturaleza jurídica, el Código de Comercio en los Artículos 4, 655 y 657 la determina al tratar el nombre comercial como una cosa mercantil y como un valor incorpóreo de la empresa mercantil, entendiendo como tal, aquel que no puede tocarse o percibirse, aunque se manifieste en cosas perceptibles que lo representan y como tal, podemos reputarlo, un bien mueble.

El titular de un nombre comercial, adquiere el derecho exclusivo del mismo, por su primer uso público en el comercio y únicamente con relación al giro o actividad mercantil de la empresa o establecimiento mercantil que identifica, de tal manera que no es necesaria su inscripción en el Registro de la Propiedad Intelectual, para ejercer los derechos que la Ley le otorga. Sin embargo, el titular de un nombre comercial, podrá solicitar su inscripción en el Registro, entidad que lo inscribirá con vigencia indefinida, sin perjuicio de mejor derecho de tercero, lo cual significa que si otra persona diferente a la que solicita el registro, prueba legalmente que él hizo uso público del nombre comercial en el comercio con anterioridad a éste, le corresponde la titularidad sobre el mismo; lo que traerá como consecuencia que así lo declare el juez de primera instancia del ramo civil y ordene la cancelación en el registro.

²¹ Ramírez Daniel, Ob. Cit. Página 13.



El Artículo 76 de la Ley de Propiedad Industrial establece, que el nombre comercial solo puede transferirse junto con la empresa o el establecimiento que emplea el nombre comercial, o con aquella parte de la empresa o del establecimiento que lo emplea. En los casos de enajenación de un nombre comercial registrado o en trámite de registro, así como en lo relacionado con el cambio de nombre de titular y licencia de uso, serán aplicables los procedimientos y disposiciones relativas a las marcas en lo pertinente.

1.6.2 Marca

La marca es una antigua institución del derecho, muchos historiadores señalan que su origen se remonta a los inicios de nuestra civilización, en donde los primeros hombres efectuaban un conjunto de señales en su orfebrería, para indicar quien había sido su autor. Sin embargo, “Es en el mundo moderno, en el que cada empresario lucha tenazmente para captar clientela, en donde la marca juega un rol protagónico, como quizás el único elemento que nos permite diferenciar un producto respecto de otro.”²²

La cuestión sobre el origen de la marca en la historia del hombre, es un tema debatido entre los autores, sin embargo la mayoría coincide en señalar que en la antigüedad, la marca solamente cumplía una función de mera firma artística, o bien, tratándose del Medioevo, efectuaba una labor de garantía de la calidad de los productos, por ello, “Solamente es en la época moderna donde nace realmente la marca como un signo

²² Baylos Corroza, Hermenegildo, *Tratado de derecho industrial*, Páginas 217-231.



distintivo, adquiriendo un valor para ser frente a la clientela, ya que le permite distinguir los diversos productos o servicios que se ofrecen en el mercado, siendo en Francia, donde se dictó la primera Ley de Marcas en el año de 1824.”²³

El Artículo 4 de la Ley de Propiedad Industrial, define a la 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 los de otra y que pueda ser objeto de una representación gráfica.

El profesor argentino Julio C. Ledesma afirma que la marca, es en general: “La idea original, novedosa y especial materializada que se exterioriza mediante palabras, dibujos, signos nominativos o emblemáticos, frases publicitarias o no, siglas, etc., destinados a distinguir los productos o servicios de una determinada actividad, sea o no lucrativa, para atraer o conservar la clientela y para evitar que el público consumidor, sea engañado”²⁴

Referente a sus funciones en general, se puede mencionar que: “Entre las funciones de la marca está la de indicar la calidad y la procedencia de los productos, y que existe

²³ *Ibíd.* Pág. 29

²⁴ Ledesma C. Julio, *Derecho Penal Industrial*, pág. 2



una identidad del producto con la marca derivada de factores tecnológicos, como la investigación para superar la calidad, la economía de costos, la economía de tiempos, la lucha competitiva con el empleo de nuevos equipos, las instalaciones y moderna maquinaria.”²⁵. Para el autor Jorge Otamendi, “La verdadera y única función esencial de la marca, es distinguir un producto o servicio de otro”²⁶

El derecho subjetivo que confiera la marca a su titular, integra el patrimonio de éste y precisamente por eso se dice que la marca es un “bien”, pues la titularidad sobre ella le permite impedir que cualquier competidor pueda usar en el mercado un signo idéntico o semejante para identificar productos o servicios de naturaleza análoga. El papel de la marca en el mercado, es importante para evitar la competencia desleal y la protección a los consumidores, al respecto el profesor Ledesma señala lo siguiente: “La marca adquiere una doble finalidad en el mundo de los negocios: a) Para su titular, porque cuanto mayor sea el éxito de sus actividades, fuesen o no remunerativas, mayor importancia adquirirá la marca que las distingue al aumentar la clientela; y b) para el consumidor, porque la marca le sirve de garantía sobre la proveniencia o el origen de los productos que consume o de los servicios que recibe.”²⁷

²⁵ Rangel Medina, David, *Ob. Cit*; pág. 952.

²⁶ Otamendi, Jorge, *Derecho de marcas*, pág.9

²⁷ *Ídem*. pág. 4



1.6.3 Expresiones o señales de publicidad

La Ley de Propiedad Intelectual en el Artículo 4, define a la expresión o señal de publicidad de la siguiente manera: "Es toda leyenda, anuncio, frase, combinación de palabras, diseño, grabado o cualquier otro medio similar, siempre que sea original o característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o usuarios, sobre uno o varios productos o servicios, empresas o establecimientos mercantiles." Las marcas o los nombres comerciales pueden formar parte de la expresión o señal de publicidad, siempre que se hallen registrados a favor del mismo titular. Su finalidad, es atraer al público hacia determinadas empresas o establecimientos, sin embargo no se trata de cualquier publicidad o propaganda, sino de una publicidad que tenga originalidad y que sea creativa. En nuestro país, le son aplicables las normas sobre marcas, particularmente, en lo relativo a procedimientos de registro, modificación y extinción del registro.

1.6.4 Secretos empresariales

El Artículo 4 de la Ley de Propiedad Industrial define a un secreto empresarial, como cualquier información no divulgada que una persona individual o jurídica posea, que pueda usarse en alguna actividad productiva, industrial, comercial o de servicios y que sea susceptible de tramitarse a un tercero. En la doctrina, se define como: "Todo



conocimiento sobre productos o procedimientos industriales, cuyo mantenimiento en reserva proporciona a su poseedor una mejora, avance o ventaja competitiva.”²⁸

Esta información secreta puede ser de diversa índole, como una fórmula para preparar una bebida o algún tipo de alimentos. Su importancia radica en que su no divulgación o generalización, permite que sólo el comerciante que la controla o las personas que él expresamente autorice, puedan aprovecharla legítimamente; con el beneficio que tendrá la preferencia del público. Además, los secretos empresariales, al igual que el uso de las marcas registradas y de los nombres comerciales, pueden transferirse a terceros mediante licencias, para cuyo efecto, son aplicables las mismas normas establecidas en la Ley de Propiedad Industrial. Por lo tanto, en términos jurídicos contractuales, “La licencia denota un negocio jurídico bilateral (contrato) por el cual el titular de un derecho autoriza a otra persona, para que ejerza ese derecho, durante determinado tiempo y a cambio de una contraprestación o no. En materia contractual, el titular del derecho sigue siendo titular, no pierde tal cualidad por el sólo hecho de permitir que otra persona ejerza su derecho”²⁹

²⁸ Torres Zagal, Oscar, “La Protección del secreto empresarial en la ley de propiedad industrial” http://www.torreszagal.cl/descargas/articulo_proteccion_secreto_empresarial.pdf (2 noviembre 2010)

²⁹ Asencio, Pedro A. *Contratos Internacionales sobre Propiedad Industrial*, pág.146



1.6.5 Invenciones

Se le llama invención, al resultado de la creatividad y del conocimiento humano, tal resultado debe producir algo nuevo o de producir algo mediante un nuevo proceso; en nuestro ordenamiento jurídico se encuentra establecido en La Ley de Propiedad Industrial, en el Artículo 4 y al respecto se regula que invención es: "Toda creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas"; para ser patentable una invención debe tener novedad, nivel inventivo y ser susceptible de aplicación industrial.

Si se trata el tema de las invenciones, se debe estudiar de manera obligatoria las patentes. Según las investigaciones que se han hecho al respecto, éstas son: "El medio más generalizado que existe para proteger los derechos de los inventores. Por decirlo llanamente, la patente consiste en el derecho otorgado a un inventor por un Estado o por una oficina regional, que actúa en nombre de varios Estados; y que permite que el inventor impida que terceros exploten por medios comerciales su invención, durante un plazo limitado, que suele ser de 20 años. Al otorgar un derecho exclusivo, la patente viene a ser un incentivo en la medida en que ofrece al inventor reconocimiento por su actividad creativa y retribución material por su invención comercial".³⁰ Por su parte, el Artículo 27 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC), establece que las patentes podrán obtenerse

³⁰ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, *Principios básicos de la propiedad industrial*, pág. 6.



por todas las invenciones, sean de productos o de procedimientos, en todos los campos de la tecnología. El derecho a obtener la patente de invención corresponde al inventor pero si la invención se hubiese realizado por dos o más personas conjuntamente, el derecho a patentarla será común.

Dentro de los aspectos más destacables que la Ley de Propiedad Industrial regula en cuanto a las patentes de invención, están los derechos que éstas confieren a su titular, el plazo de protección conferida al titular que será de veinte años, contado desde la fecha de presentación de la respectiva solicitud; el procedimiento que se sigue para la solicitud, concesión y transferencia de las patentes de invención, su extinción y cancelación por fraude.

1.6.6 Modelos de utilidad

La Ley de Propiedad Industrial en el Artículo 4, regula que un modelo de utilidad es toda mejora o innovación en la forma, configuración o disposición de elementos de algún objeto, o de una parte del mismo, que le proporcione algún efecto técnico en su fabricación, funcionamiento o uso. En el Artículo 144 del mismo cuerpo legal, en su último párrafo establece que, entre otros, se considerarán modelos de utilidad los utensilios, objetos, aparatos, instrumentos, herramientas y dispositivos, así como las partes de los mismos, que como resultado de una modificación en su disposición, configuración, estructura o forma, presenten una función diferente, respecto de las partes que integran o ventajas en cuanto a su utilidad.



Básicamente se trata de instrumentos o aparatos, dispositivos para control (flujo o señales), herramientas, mejoras a equipo o maquinaria. Son mecanismos que se incorporan a productos o son mecanismos nuevos; no conocidos en el estado de la técnica o conocidos con nueva aplicación. Los modelos de utilidad, gozan de la misma protección que las invenciones y al obtener su registro, el titular obtiene una patente de modelo de utilidad, la cual tendrá vigencia por un plazo de diez años, contados a partir de la fecha de la solicitud.

1.6.7. Diseños industriales

Esta definición comprende tanto los dibujos, como los modelos industriales. Los primeros, deben entenderse como toda combinación de figuras, líneas o colores, que se incorporen a un producto industrial o artesanal, con fines de ornamentación y que le den una apariencia particular y propia; y los segundos como toda forma tridimensional, que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto industrial, que le dé un aspecto especial y que no tenga fines funcionales técnicos. Ambos pueden ser relativamente simples y su elaboración y protección poco costosa, son razonablemente accesibles para las pequeñas y medianas empresas.



1.6.8. Indicaciones geográficas

Una indicación geográfica es un signo utilizado para productos, que tienen un origen geográfico concreto y poseen cualidades o una reputación derivadas específicamente de su lugar de origen. Por lo general, una indicación geográfica consiste en el nombre del lugar de origen de los productos. Un ejemplo típico, son los productos agrícolas que poseen cualidades derivadas de su lugar de producción y están sometidos a factores locales específicos como el clima y el terreno. El hecho de que un signo desempeñe la función de indicación geográfica, depende de la legislación nacional y de la percepción que tengan de ese signo los consumidores. "Las indicaciones geográficas pueden utilizarse para una amplia gama de productos agrícolas como, por ejemplo, "Toscana" para el aceite de oliva producido en esa región italiana (indicación geográfica protegida, por ejemplo, en Italia, en virtud de la Ley N° 169 de 5 de febrero de 1992), o "Roquefort" para el queso producido en Francia (indicación protegida, por ejemplo, en la Unión Europea, en virtud del Reglamento CE N° 2081/92, y en los Estados Unidos, en virtud del registro de la marca de certificación US N° 571.798)."³¹

³¹ <http://www.wipo.int/denominacionesdeorigen.htm>. (30 de septiembre 2010)





CAPÍTULO II

2. Denominaciones de origen

2.1 Antecedentes

Es un hecho, que el desarrollo más significativo de la cultura y la reglamentación técnica y legal de las denominaciones de origen, provienen de Europa. Gislaine Legendre, señala que: "Es muy antigua la costumbre de designar los productos con el nombre del lugar de su fabricación o de su cosecha; por ejemplo, la Dinanderie, por el nombre de Dinant, en Bélgica, que dio sus cartas de nobleza al trabajo del latón en el siglo XII. El Roquefort, que adquirió su notoriedad bajo su nombre de origen desde el siglo XIV y fue objeto de una Cédula Real acordada por Carlos V, llamado el Sabio, a los habitantes de Roquefort".³²

La designación de productos agroalimentarios, con el nombre de su lugar de producción en la distribución y venta, es una práctica tan antigua, como la existencia de los mercados en los que se producían tales transacciones. Al hacerlo, se les confería un valor especial o un mérito particular, reconociéndose implícitamente la fuerte unión entre el medio natural, a través de factores como suelo, geografía, topografía, clima, cultivos, el hombre y sus especificidades históricas y culturales; expresadas en métodos de producción y transformación. El nexo entre producto y su lugar de origen se hace

³² Legendre Gislaine, "Las Apelaciones de Origen en Francia y el Instituto Nacional de Apelaciones de Origen (INAO), Primer Seminario Internacional de Denominaciones de Origen", pág. 8.



necesario, porque la economía desde los albores de nuestra era, hasta que en el renacimiento se produjo la eclosión de los flujos comerciales, ha sido de base gremial y local; por ello los productos eran conocidos por el gremio que los había elaborado y su lugar de procedencia. Este último, era lo que distinguía a unos productos de sus similares. Al no existir el concepto de “marca” el concepto de procedencia alcanzaba toda su plenitud. Aunque en el ámbito jurídico, la situación es diferente, “Porque la historia legislativa de las denominaciones de origen es relativamente reciente, a finales del siglo XIX, cuando se inicia una tímida protección de estas denominaciones, como consecuencia de la reacción en el ámbito internacional en contra de las falsas indicaciones de procedencia de los productos”³³

De este modo, el nombre geográfico de la región determinada, llega a confundirse con el producto que ahí se originó y es en ese momento cuando se dan las condiciones para su protección y nace el concepto de denominación de origen, como una realidad histórica, cultural, económica y social; que aunque no haya sido reconocida desde el punto de vista legal hasta entrado el siglo XX, tiene una larga tradición en muchos países, pero especialmente en el mediterráneo europeo. “Es así, como en el transcurso histórico del desarrollo económico y comercial de la humanidad, su establecimiento físico en un lugar determinado, al igual que el de sus negocios o establecimientos y el aprovisionamiento de materias primas en los propios lugares de fabricación, generaron la necesidad a los artesanos de individualizar sus productos con marcas, generalmente formadas por los nombres geográficos del lugar de fabricación y siendo dichas marcas

³³ López Benítez, Mariano, *Las denominaciones de origen*, pág. 39.



con frecuencia propiedad del conjunto de fabricantes de un producto determinado de una misma ciudad o región.”³⁴

En cuanto a los antecedentes de las designaciones geográficas, se encuentra el vino, que es fundamental mencionarlo en el apartado de esta materia. Al respecto, Granados Rojas manifiesta: “Las más antiguas de estas designaciones geográficas, empezaron con el vino y el aceite de oliva, dada la especial sensibilidad de la vid y del olivo ante pequeñas variaciones de los factores naturales, que son todos aquellos que escapan a la influencia directa del hombre. Para los vinos, hay incluso referencias tan antiguas como las que da la Biblia a vinos como los de Angaddi y de Baal-Hammon o los de Samos, Creta y Thasos en Grecia.”³⁵

Formalmente, como primer antecedente de la protección de los nombres geográficos, incluidas las denominaciones de origen, debe citarse el Arreglo de Madrid, relativo a la represión de las indicaciones de procedencia falsa o engañosa en las mercancías, suscrito el 14 de abril de 1891. “En su primer Artículo, se obliga a los países firmantes a embargar en la propia aduana del país importador toda mercancía en cuyo etiquetado o documentación, figurasen indicaciones de procedencia falsas o engañosas, ya fueran referentes al nombre del país o a cualquier otro nombre de origen perteneciente a ellos. Si la legislación de un país no contemplase el embargo, entonces esta medida debía

³⁴ Granados Rojas Leonardo Gabriel, *Indicaciones Geográficas y Denominaciones de Origen*, pág. 6

³⁵ *Ibid*, pág. 5



reemplazarse por la prohibición de importación.”³⁶ En todos los casos, se refería a medidas aduaneras sobre productos dispuestos a la importación, sin contemplar la producción ni el tráfico de mercancías en el mercado interior de cada país firmante.

El Arreglo de Madrid procuró la eliminación de las prácticas incorrectas, como el uso de falsas indicaciones de procedencia en el comercio internacional, que podía considerarse como una práctica residual de tiempos pretéritos del comercio, o de piratería en el mar por parte de bucaneros. No obstante, a pesar de estos objetivos claramente definidos, el Artículo 4 del arreglo, con la mejor voluntad de conseguir la adhesión del mayor número posible de países, abrió un cisma importante, porque atribuyó a los tribunales de cada país, la facultad de decidir qué denominaciones geográficas podían sustraerse de estos principios, por considerarse que tenían un carácter genérico.

El Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, constituye otro antecedente importante, el cual fue suscrito el 20 de marzo de 1883. “Desde su establecimiento ha tenido diversas revisiones: En Bruselas, el 14 de diciembre de 1900; Washington, el 2 de junio de 1911; La Haya, el 6 de noviembre de 1925; Londres, el 2

³⁶ “Antecedentes de las denominaciones de origen en el plano internacional”, http://www.yravedra.com/doc/DDOO_3.pdf (18 de noviembre 2010)

de junio de 1934; Lisboa, el 31 de octubre de 1958; Estocolmo, el 14 de julio de 1967, y una corrección el 28 de septiembre de 1979.³⁷



Otro suceso importante en la historia, respecto de las denominaciones de origen, lo constituyó el Arreglo de Lisboa del 31 de octubre de 1958, revisado en Estocolmo el 14 de julio de 1967, cuyo reglamento de ejecución se aprobó el cinco de octubre de 1976. “El Arreglo de Lisboa pretendió abrir una vía multilateral para que todos los países firmantes encontrasen realmente un procedimiento de protección de sus denominaciones de origen en el ámbito internacional o al menos entre los países firmantes. Sin embargo, el verdadero desarrollo e impulso a las denominaciones de origen, se produce durante el siglo XX cuando el intercambio comercial entre países y entre continentes, adquiere un protagonismo fundamental, momento en el cual se empieza a plantear la cuestión de su protección jurídica.”³⁸

2.2 Definición

Puede considerarse, como la definición clásica de denominación de origen, la contenida en el Artículo 2 del Arreglo de Lisboa relativo a la protección de las denominaciones de origen y su registro Internacional, concluido en 1958. Este documento, define la denominación de origen como la denominación geográfica de un país, de una región o

³⁷ Guzmán López Clara, “Convenio de París para la protección de la propiedad industrial” http://www.edición.unam.mx/html/3_3_1.html (5 de octubre 2010)

³⁸ “Denominaciones de origen III”, http://www.yravedra.com/doc/DDOO_3.pdf (18 de noviembre 2010)



de una localidad, que sirve para designar un producto originario del mismo y cuya calidad o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos. “A partir de esta definición, se establece una doble conexión, primero entre el lugar geográfico y la producción; y segundo entre la calidad del producto y el lugar, generándose así la concepción naturalista de las denominaciones de origen, que no permite fácilmente desvincular la denominación, de las características del territorio.”³⁹

En la concepción naturalista, los factores naturales del origen del producto, tienen privilegios más, que los factores humanos intervinientes en su producción. Se le atribuye una importancia fundamental a los factores naturales que determinan las características del producto, por ser factores preexistentes inmutablemente atados al lugar de origen. Se considera que las indicaciones geográficas y en particular las denominaciones de origen, tienen un fundamento natural. En virtud de este enfoque, las denominaciones de origen solo podrían aplicarse propiamente a productos que surgen de la tierra o que se elaboran directamente a partir de tales productos, de los cuales obtienen sus características. La concepción naturalista, predica que los productos que llevan una denominación de origen, deben tener un vínculo tal con la tierra que su producción no pueda realizarse sino en ese lugar.

³⁹ Fernández Novoa Carlos, **La protección internacional de las denominaciones geográficas de los productos**, pág. 146.



Esta exigencia implica que, si se pudiera obtener en otro lugar el mismo producto utilizado los mismos métodos, tal producto no podría gozar de una denominación de origen. “Así, las denominaciones de origen, tendrían que aplicarse exclusivamente a productos que, por consecuencia de las condiciones naturales propias de un territorio determinado, llevan el sello peculiar de este territorio. Esta concepción llevada a cierto extremo, puede en la práctica hacer difícil o imposible utilizar denominaciones de origen o indicaciones geográficas para designar productos que no sean agrícolas o agropecuarios, por ejemplo productos industriales o artesanales. En consecuencia, algunos sectores han sugerido reservar la institución de la denominación de origen, sólo para aquellos productos en los que se realiza plenamente ese nexo o vínculo con el lugar de origen, tanto respecto de los factores naturales como de los factores humanos.”⁴⁰

Un ejemplo de este enfoque, puede encontrarse en el Reglamento del Consejo de la Unión Europea, que distingue entre las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen. “Una denominación de origen, sólo se reconoce respecto de productos cuyas características se deban fundamental o exclusivamente al medio geográfico con sus factores naturales y humanos; y cuya producción, transformación y elaboración se realicen dentro de la zona geográfica delimitada. Si el producto no reúne acumulativamente todos esos requisitos, no podrá distinguirse con una denominación de origen protegida. En cambio, una indicación geográfica puede aplicarse a productos que posean una característica atribuible al origen geográfico, aún cuando sólo la

⁴⁰ Ibid, pág. 12



producción, la transformación o la elaboración se realicen dentro de la zona geográfica delimitada.”⁴¹

Para De Solá Cañizares, “La denominación de origen consiste en un nombre geográfico que se usa, de manera legal y constante en el mercado, para designar un producto fabricado, elaborado, cosechado o extraído en el lugar geográfico al cual corresponde el nombre usado como denominación y que reúne determinada calidad y ciertas características. Origen geográfico, que es precisamente determinante para la calidad y las características del producto, esto, en razón de las condiciones naturales de producción, ligadas al medio geográfico físico, como el suelo, el subsuelo, el clima, la composición o la temperatura del agua, etcétera; o en razón del medio geográfico humano, como ciertos procedimientos técnicos, ciertas tradiciones en el dibujo, forma o colores”⁴²

Una denominación de origen puede constituir por sí sola, el nombre de un producto determinado, tal es el caso, por ejemplo de denominaciones como Champagne (Vino espumante), Cognac (aguardiente) y Pisco (aguardiente); o consistir en una designación compuesta, en la cual el nombre geográfico tiene una función adjetival. Lo esencial de este concepto es el vínculo o nexo entre el origen geográfico y las características del producto designado por la denominación. A diferencia de lo que

⁴¹ Ibid. Página 9.

⁴² De Solá Cañizares, Felipe, *Tratado de derecho comercial comparado*, Págs. 391-392



ocurre con la indicación de procedencia, que solo indica un nexo de procedencia geográfica, la denominación de origen conlleva una doble conexión: además de indicar un origen o procedencia geográficos, denota ciertas características o cualidades poseídas por el producto como consecuencia de ese origen o procedencia.

En el Seminario Sub regional sobre la protección legal de las denominaciones de origen, su uso e Importancia económica para países centroamericanos, se define a la denominación de origen como: “El nombre de una región, de un lugar determinado o en casos excepcionales, de un país que sirve para designar que un producto agrícola o alimenticio es originario de dicha región, de dicho lugar determinado o de dicho país y cuya calidad o características se deben fundamentalmente al medio geográfico, con sus factores naturales y humanos; y cuya producción, transformación y elaboración se realicen en la zona geográfica delimitada.”⁴³ En otras palabras, es una calificación que se emplea para proteger legalmente ciertos alimentos que se producen en una zona determinada, contra productores de otras zonas que quisieran aprovechar el buen nombre que han creado los originales, en un largo tiempo de fabricación o cultivo.

Por otro lado, es importante hacer énfasis en que las denominaciones de origen constituyen un mecanismo de defensa del consumidor y de la libre competencia. Los productores que se acogen a la denominación de origen, se comprometen a mantener

⁴³ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, “Seminario Sub regional sobre la protección legal de las denominaciones de origen, su uso e Importancia económica para países centroamericanos”, realizado del 7 al 28 de julio de 2000 en la ciudad de Guatemala, pág 4.



la calidad lo más alta posible y a mantener ciertos usos tradicionales en la producción; como por ejemplo, en el caso del vino, en ciertas zonas se exige utilizar la uva tradicional de la zona. Asimismo, suele existir un organismo público regulador de la denominación de origen, que autoriza exhibir el distintivo a los productores de la zona que cumplen las reglas.

2.3 Características principales

Las denominaciones de origen son un instrumento jurídico que aplicado correctamente, se transforma en una poderosa herramienta para el mejoramiento de la economía, la industria y el comercio; convirtiéndose en un certificado original, que se le da a un producto en un lugar o región, además de ser un instrumento de diferenciación. Además, brindan seguridad jurídica, debido a la amplia legislación que las protege y regula tanto a nivel nacional como internacional; protege el lugar y la diferenciación del producto de cualquier tipo de competencia desleal, constituyéndose como una garantía para el consumidor. Al mismo tiempo, otorga una ventaja competitiva sustentable, dando valor agronómico a nichos ecológicos y coordinando y promoviendo el desarrollo de economías regionales y exportaciones.

Las características o cualidades del producto, designado por la denominación de origen, se deben a los factores del lugar de origen del producto, tanto naturales como humanos. Son factores naturales, principalmente el suelo (la tierra), el subsuelo, el clima, el microclima, la latitud geográfica, las características topográficas, así como las



variedades o tipos de vegetales, animales o microorganismos existentes y utilizados en el lugar de origen. Los factores humanos incluyen entre otros, las prácticas culturales del lugar, los conocimientos y procedimientos tradicionales de cultivo, acopio, conservación y producción, que son empleados por los productores del lugar; la selección de las variedades, razas o cepas de los vegetales, microorganismos o animales utilizados, las técnicas y métodos de fabricación y el acondicionamiento o presentación de los productos terminados (por ejemplo el embotellado). El peso o importancia relativa de los factores naturales y los factores humanos, dependerá en cada caso del tipo de producto que se trate. Cuanto más procesado o industrializado sea el producto, más intervención tendrán los factores humanos en las características y calidades del producto terminado

2.4 Diferenciación con términos similares

En los instrumentos legales vigentes en el plano internacional, se emplean tres conceptos diferentes pero relacionados, los cuales conviene examinar. Se trata de "indicaciones de procedencia", de "denominaciones de origen" y de "indicaciones geográficas"; las cuales cumplen una función distintiva de productos en el comercio. Por ello, dentro de la tipología general de la propiedad industrial, se les cuenta entre los signos distintivos junto con las marcas, los nombre comerciales, los rótulos y los emblemas, entre otros. Estos objetos de propiedad industrial tienen en común el ser designaciones geográficas aplicadas a productos procedentes del lugar indicado por la designación. Sin embargo, la fuerza del vínculo o nexo entre el producto y el lugar varía

según la institución y la manera en que ella es definida por los instrumentos internacionales y las legislaciones nacionales y regionales.



Los Tratados administrados por la OMPI, distinguen entre las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen. El término indicación geográfica, no aparece actualmente como tal, en ninguno de éstos Tratados. Sin embargo, el haberse empleado durante más de veinte años en negociaciones internacionales, se ha convertido en una expresión generalmente aceptada de utilización, cada vez mayor en los textos legales sobre la materia, aunque no siempre con un sentido unívoco.

Se definen a continuación estos términos:

2.4.1 Indicación de procedencia

Es cualquier expresión o signo utilizado, para indicar que un producto o servicio es originario de un país, una región o lugar específico. Normalmente, no connota ninguna calidad o característica específica del producto por razón del origen o procedencia geográficos. Se aplican generalmente a productos terminados, siendo indiferente el lugar de procedencia de los insumos o componentes del producto. En tal sentido, una indicación de procedencia no implica necesariamente que el producto haya sido producido o fabricado en el lugar designado, pues podría indicar sólo el lugar desde el cual se distribuye o vende el producto, o el lugar de la sede o de uno de los establecimientos de la empresa o entidad que produce o comercializa el producto. Es



simplemente un indicativo del lugar o región de que proviene un determinado producto, sin importar las características del mismo.

Según De Solá Cañizares: “La indicación de procedencia es el uso de un nombre geográfico sobre un producto, indicando simplemente, sin más, el lugar de producción. Es la indicación del lugar geográfico de residencia del fabricante, que acostumbra a figurar en los productos que llevan marca, etiqueta o envase. Así, por ejemplo, en la etiqueta de una botella de tinta podemos leer “Jif S. A. Zurich”. Esta indicación “Zurich” es una indicación de procedencia. Sólo indica el lugar en que el producto ha sido fabricado”⁴⁴

Cualquier nombre geográfico de un país, región, departamento, provincia, ciudad u otra demarcación política o localidad puede constituir una indicación de procedencia. Estas designaciones, suelen considerarse indicaciones de procedencia directas, mientras las indicaciones de procedencia indirectas, son las que no están constituidas propiamente por el nombre o adjetivo geográfico de un lugar; sino por algún elemento figurativo (monumento, edificio, fenómeno topográfico), alguna palabra o expresión, o la presentación (colores nacionales) o acondicionamiento (botella, envase) de un producto, que indirectamente indique al público consumidor una procedencia geográfica.

⁴⁴ De Solá Cañizares, Felipe, *Ob. Cit.*, pág. 393



En su sentido amplio, el término indicación de procedencia comprende a las denominaciones de origen. Toda denominación de origen en una indicación de procedencia, pero no todas las indicaciones de procedencia son denominaciones de origen. En un sentido más restringido, el concepto de indicación de procedencia, también se emplea para referirse a una indicación geográfica que no tiene el estatuto de denominación de origen. “Las indicaciones de procedencia no son objeto de ningún título o derecho exclusivo de uso, ni de inscripción o registro, por lo que pueden ser utilizados libremente por cualquier productor, fabricante o comerciante, para indicar verazmente la procedencia industrial o comercial de un producto, sin que ello pueda ser impedido o reivindicado en exclusividad por nadie. La protección de una indicación de procedencia opera cuando se emplea la indicación de manera falsa y engañosa, en cuyo caso tienen acción tanto las personas potencialmente perjudicadas por el uso falso o engañoso de la indicación, como la autoridad pública.”⁴⁵

Básicamente, una indicación de procedencia garantiza que el producto viene de un determinado lugar, sin protocolo ni protección legal y las posibilidades que otorga la misma son limitadas, ya que permite definir el origen geográfico del producto, pero nada dice acerca de los parámetros de calidad; por lo que generalmente el beneficio es para el sector que comercializa los productos.

⁴⁵ Luna Rodríguez, Carlos Vladimir, **Las denominaciones de origen, importancia de su tutela y protección**, pág.

2.4.2 Indicación geográfica



El concepto de indicación geográfica, no es novedoso en el campo de la propiedad industrial. Ya durante los años 1974 y 1975, en el marco de los trabajos del comité de expertos de la OMPI, destinados a preparar un nuevo Tratado sobre la materia, se adoptó ese concepto como un término amplio que abarcara los conceptos tradicionales de indicación de procedencia y denominación de origen, mencionados en el Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial. El concepto de indicación geográfica, quedó consagrado en el plano jurídico internacional, al ser formalmente reconocido como objeto de propiedad industrial en el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual, relacionados con el Comercio.

La definición de indicación geográfica puede llegar a confundirse con la denominación de origen, siendo ésta un tipo especial de indicación geográfica, que por lo general consiste en un nombre geográfico o una designación tradicional, utilizada para productos que poseen cualidades o características específicas, que cabe atribuir principalmente al entorno geográfico de producción. En el concepto de indicaciones geográficas, quedan comprendidas las denominaciones de origen.

El Acuerdo ADPIC en su Artículo 22.1 establece que las indicaciones geográficas, son las que identifican un producto como originario del territorio de un miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto, sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.



En este sentido, la mayoría de los países latinoamericanos han adoptado en su legislación, el sistema por el cual se desdobra la categoría de las indicaciones geográficas en dos figuras jurídicas; las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen. Dicho sistema, como lo señala el profesor Manuel Arean Lalín: “Es al que obedece tanto el Derecho francés como el Derecho español, desdoblamiento que también se ha proyectado en el plano internacional.”⁴⁶

Bajo estas consideraciones, queda entendido que tanto las denominaciones de origen, como las indicaciones de procedencia, son dos elementos de la propiedad industrial que se encuentran íntimamente relacionados y que juntos vienen a ser indicaciones geográficas, que van a cumplir una función distintiva en el mercado. Así también, determinadas legislaciones consideran a las denominaciones de origen como una indicación geográfica constituida por la denominación de un país, de una región o de un lugar determinado o constituida por una denominación que sin ser la de un país, una región o un lugar determinado. Se refiere a una zona geográfica determinada, utilizada para designar un producto originario de ellos y cuya calidad, reputación u otras características, se deban exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce, incluidos los factores naturales y humanos.

⁴⁶ AREAN LALIN, Manuel, *Definición y protección jurídica de las indicaciones geográficas. Actas de derecho industrial (1991-1992)*.



Si se comparan entre sí las definiciones de indicación de procedencia, denominación de origen e indicación geográfica, puede observarse lo siguiente: “La indicación de procedencia es el término más general, pues comprende la indicación geográfica y la denominación de origen. Las indicaciones de procedencia, requieren únicamente que el producto para el que se utiliza la indicación de procedencia, provenga de una zona geográfica determinada. Así pues, existen indicaciones de procedencia, que no parecen tener cabida en la definición de indicación geográfica, tal como figura en el Acuerdo sobre los ADPIC, a saber, indicaciones de procedencia cuya utilización aplicada a productos no implica una calidad, reputación o característica especial de dichos productos. La definición de indicaciones geográficas es más amplia que la de denominaciones de origen. Dicho de otro modo, todas las denominaciones de origen son indicaciones geográficas, pero algunas indicaciones geográficas no son denominaciones de origen.”⁴⁷

2.5 Importancia

El comercio de los alimentos, en los mercados locales o en los globales, ha sufrido grandes transformaciones como respuesta al cambio en los hábitos y en la vida cotidiana de los consumidores. Sus preferencias van dirigidas hacia la seguridad alimenticia y al deleite. Es por eso, que la mayor exigencia en el negocio alimentario es irreversible y aparece como el único camino viable para sostener la producción de alimentos en forma competitiva y rentable. La diferenciación de los productos es la

⁴⁷ Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, *Ob. Cit.*, pág. 11.



clave para acceder a nuevos clientes de distintos nichos del mercado mundial, globalizado y atender sus necesidades, con productos diferenciados con sabores, olores y colores particulares.

Ante este escenario y dentro del nuevo rol que le compete al Estado como aliado estratégico del sector privado en el arte de posicionar y vender productos a los consumidores de cualquier mercado, debe promoverse la creación y aplicación de las denominaciones de origen para estimular el desarrollo regional. Esto, debido a que las denominaciones de origen se han convertido en un poderoso mecanismo para diferenciar los productos en el mercado, dando reputación a los productos que ampara no solamente en el país donde se localiza la zona geográfica a la que se refiere la indicación, sino que trasciende ampliamente las fronteras nacionales, llegando algunos productos de este tipo a tener un renombre mundial.

Es así, como la economía de un país resulta ampliamente beneficiada, al maximizar el aporte de la industria alimentaria a la economía nacional, materializado en las dimensiones de producción el empleo, satisfacción de la demanda del consumidor, exportaciones y desarrollo regional; todo esto, para aumentar la competitividad de la producción agroalimentaria en los mercados extranjeros, el valor agregado en la producción, la calidad higiénico-sanitaria de los productos y así generar mayores fuentes de empleo, al mismo tiempo que se estimula el crecimiento de las economías regionales.



En el taller de la OMPI sobre signos distintivos como herramienta de competitividad empresarial, se dejó claramente establecida la importancia de este elemento de la propiedad industrial: “Todas las experiencias en marcha a nivel mundial, muestran que las denominaciones de origen son una estrategia agroalimentaria eficaz de gran poder de convocatoria, basta ver la importante oferta española y francesa de vinos y quesos, con características particulares provenientes de zonas geográficas debidamente delimitadas y cuya elección y aceptación por el consumidor, está incluso por encima del precio mayor que pudiera tener el producto con denominación de origen”⁴⁸

2.5.1 Trascendencia en la economía

El fuerte crecimiento del comercio internacional de bienes y servicios durante los últimos quince años, en el marco de la globalización económica mundial, ha traído aparejado una creciente preocupación por la necesidad de incorporar los diversos temas de propiedad intelectual en los acuerdos comerciales multilaterales, regionales y bilaterales. Dentro de este ámbito, uno de los temas más debatidos en las negociaciones de dichos acuerdos, es el de los signos distintivos; como las marcas y las indicaciones geográficas y más específicamente el nivel de protección que se les debe otorgar.

⁴⁸ García Muñoz-Najar, Luis Alonso, **Taller de la OMPI sobre signos distintivos como herramienta de competitividad empresarial**, pág. 2.



La denominación de origen cumple un rol importante en las economías de mercado al proporcionar y garantizar al consumidor un nivel de calidad más o menos constante y unas características específicas, a cambio, los productores obtienen una protección legal contra la producción o elaboración de tales productos en otras zonas, aunque se utilicen los mismos ingredientes y procedimientos, que les permite influir sobre el precio final de éstos. Esta figura fomenta la organización del sector productivo y facilita el acceso de productores a mercados nacionales e internacionales, asimismo, permite a los productores asociados a un determinado origen, diferenciar su producto en el mercado y obtener mejores retribuciones a sus esfuerzos por incrementar o mantener una alta calidad en su producción.

2.6 Competencia desleal

Es importante reconocer, que a medida de sus propias posibilidades, los países han establecido algún tipo de salvaguardia contra las prácticas comerciales desleales. Esto queda reflejado a escala internacional, en la inclusión del Artículo 10bis en el Convenio de París durante la conferencia de revisión de Bruselas, de 1900, por la que se establece la norma básica internacional en lo relativo a la protección contra la competencia desleal. En dicho Artículo, se exige a todos los Estados parte en el Convenio de París que aseguren una protección eficaz contra la competencia desleal, que se define como todo acto de competencia contrario a los usos honestos en materia industrial o comercial. Para Daniel Ramírez, competencia desleal es: “La práctica contraria a los usos honestos en materia de industria y de comercio. Se refiere a todas

aquellas actividades de dudosa honestidad, que puede realizar un fabricante o vendedor, para aumentar su cuota de mercado, eliminar competencia, etcétera.”



La protección contra la competencia desleal, se ha desarrollado de manera distinta en los países donde está regulada. No obstante, existe al menos un objetivo común a los distintos planteamientos, el cual se puede concretizar en el de proporcionar a quienes desarrollan actividades comerciales, un recurso eficaz contra las prácticas comerciales ilícitas y fraudulentas de sus competidores. En algunos países, las normas específicas que prevén la represión de la competencia desleal cumplen igualmente la función destinada a la protección de los consumidores. Prácticamente, se determinará si un acto comercial es contrario a las prácticas honestas en materia industrial o comercial, mediante la aplicación de las legislaciones nacionales, que prevén la protección contra la competencia desleal. No obstante, se conviene en que las prácticas comerciales que inducen a error o sean susceptibles de inducir a error al público, respecto de una empresa o sus actividades, en relación con el origen geográfico de los productos ofrecidos por dicha empresa, constituyen un acto de competencia desleal.

Para impedir el uso no autorizado de una denominación de origen sobre la base de una demanda contra un acto de competencia desleal, normalmente el demandante debe demostrar que el uso no autorizado de la denominación de origen en cuestión induce a error y de ser el caso, que ese uso causa daños y perjuicios o puede causarlos. Sólo

⁴⁹ Ramírez Daniel, *Ob. Cit.*, pág. 131



podrá ganarse dicha demanda, si la denominación de origen en cuestión ha adquirido un carácter distintivo o dicho de otro modo, si el público interesado establece una conexión entre los productos vendidos con una denominación de origen y un origen geográfico bien definido y determinadas cualidades o reputación.

Otra característica importante de la protección de las denominaciones de origen mediante la legislación contra la competencia desleal, consiste en que durante los procedimientos jurídicos, los tribunales efectúan importantes determinaciones, como por ejemplo, establecer el ámbito de la producción, las normas de producción y el círculo de productores facultados para usar una indicación geográfica determinada. La protección otorgada a las denominaciones de origen, a consecuencia de una demanda basada en un acto de atribución engañosa o competencia desleal, tiene efecto únicamente entre las partes en el procedimiento. Cada vez que una parte solicite la aplicación de la protección de una indicación geográfica dada, deberá demostrar que está facultada para gozar de dicha protección

2.6.1 Atribución engañosa

Los países que cuentan con una tradición de derecho civil, que prevé cierta clase de protección para las empresas contra los actos comerciales ilícitos de competidores, normalmente basan dicha protección en la legislación general sobre el acto ilícito. En los países que se basan en la tradición del derecho consuetudinario, la demanda por atribución engañosa se considera a menudo, como la base de la protección contra los



competidores comerciales que llevan a cabo prácticas deshonestas. La demanda por atribución engañosa, puede describirse como un recurso jurídico para los casos en que los productos o servicios ofertados por una persona, se representan como si fueran los de alguien distinto. “En términos generales, para impedir el uso no autorizado de una indicación geográfica mediante una demanda de atribución engañosa, el demandante debe demostrar que los productos con los que se utiliza habitualmente la indicación geográfica, han adquirido un buen nombre o reputación y son suministrados por él, que el demandado induce a creer erróneamente al público que los productos ofrecidos por él proceden del demandante y que es probable que este último sufra daños y perjuicios a consecuencia de esa representación engaño.”⁵⁰

⁵⁰ Cornish William y David Llewelyn. **Intellectual Property: Patents, copyrights, trademarks and allied rights**, página 69.



CAPÍTULO III



3. Régimen internacional de las denominaciones de origen

3.1 La necesidad de protección de las denominaciones de origen

Dos propósitos interrelacionados justifican la protección de las denominaciones de origen. El primero, se refiere a la protección de la inversión realizada para desarrollar y mantener una determinada calidad y reputación. El segundo, se refiere a salvaguardar la función informativa de dichos instrumentos, como indicadores del origen y de la calidad de los productos. Es decir, se procura la protección del consumidor frente al uso engañoso de una indicación protegida y la protección del productor contra el debilitamiento de una denominación de origen. Muchas denominaciones de origen han adquirido una reputación que, de no ser adecuadamente protegida, podría ser desvirtuada, al ser utilizada por empresas deshonestas, lo cual es perjudicial para los consumidores y los productores legítimos.

En cuanto a los consumidores, es necesario que se les proteja porque es posible que se les induzca a engaño, debido a que pueden llegar a creer que están comprando un producto genuino con cualidades y características específicas, cuando en realidad se trata de una imitación sin valor. Perjudica asimismo a los productores dueños, quienes pierden una parte importante de sus ganancias y ven mermada la reputación de sus productos.



Las denominaciones de origen se protegen de conformidad con las legislaciones nacionales y en virtud de una amplia gama de instrumentos legales, como las Leyes contra la competencia desleal, las Leyes de protección del consumidor, las Leyes para la protección de las marcas de certificación o Leyes que aunque no son específicas, contienen apartados que regulan la protección de las denominaciones de origen.

Por lo que, de acuerdo al ámbito económico sobresaliente en el que se han involucrado de una manera impresionante las denominaciones de origen, interesa sobre todo, para los países que cuentan con importantes segmentos económicos dependientes de productos de alto valor agregado atribuible a su origen geográfico, un intercambio y un reconocimiento recíproco de las denominaciones de origen; asegurando de esta forma el mismo nivel de protección otorgado en el país de origen, independientemente del mercado donde vaya a ser transados los productos. Lo que interesa, es que la ventaja competitiva que otorgan las denominaciones de origen, no solo sea eficaz en el interior del país originario de la protección, sino también en todos aquellos en que los productos son comercializados.

3.2. Inconvenientes que representa la protección internacional

Un primer problema que presenta el establecer un régimen internacional de protección de las denominaciones de origen, radica en la definición y la naturaleza de la institución. “Por ejemplo, aunque la generalidad de los países miembros del Convenio de Paris, reconocen a las indicaciones de procedencia, término tratado con anterioridad; como



objeto de protección, el mismo reconocimiento generalizado no se logró para la institución de las denominaciones de origen, pues ésta no tiene equivalente en los diferentes sistemas jurídicos nacionales de muchos de los países miembros de aquel Convenio.”⁵¹

Es necesario determinar, si la protección de las denominaciones de origen en un país debe ser igual a la protección conferida en el país de origen. En ese sentido, se cuestiona si cada país debe reconocer y acatar las decisiones de las autoridades del país de origen, respecto al reconocimiento de la denominación de origen de la delimitación de la zona geográfica de las condiciones y características que deben cumplir los productos designados con la misma. Se cuestiona también, el hecho de la posibilidad de que cada país pueda fijar las condiciones bajo las cuales dar protección a las denominaciones de origen extranjeras, independientemente de las condiciones que prevalezcan en el país de origen. Dichas cuestiones, se tratan estudiando dos principios básicos que rigen la protección de la propiedad intelectual. “Uno de ellos es el principio de independencia, conforme el cual la protección de un derecho de propiedad industrial en el país de origen, no es una condición para su protección en otros países. Este principio ha sido reconocido expresamente en el Convenio de Paris respecto a las patentes de invención y de las marcas en los Artículos 4 bis y 6, respectivamente; el cual además es la base del Arreglo de Madrid. El otro principio, que podría llamarse de dependencia, se basa en la necesidad de un reconocimiento o protección previa del objeto de protección del país de origen, para que el mismo pueda ser reconocido y

⁵¹ Pacal González, El nuevo régimen legal de las indicaciones geográficas en Guatemala, pág. 15



protegido en otros países. Este principio se reconoce en el Artículo 6 quinquies del Convenio de Paris relativo al registro “tal cual” de una marca registrada en otro país, así como en el Arreglo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas y en el Protocolo de ese Arreglo, instrumentos que tienen por objeto un sistema internacional de registro de marcas. El principio de dependencia también es reconocido en el Arreglo de Lisboa, en el sentido de que ninguna denominación de origen puede ser objeto de un registro internacional, si no está previamente reconocida y protegida como tal en el país de origen. Este principio también se consagra en el Acuerdo sobre los ADPIC, específicamente en el Artículo 24.9, en donde se aclara que no existe obligación para los Miembros de proteger una indicación geográfica que no esté protegida en su país de origen.”⁵²

3.3 Acuerdos multilaterales

La protección de los productos cuya calidad se relaciona con un origen específico, ha requerido el diseño de un marco institucional y legal particular que permita el reconocimiento y la protección de las denominaciones de origen. Para tratar de dar valor a esta protección a nivel internacional y poner en adecuación los diferentes marcos nacionales, se firmaron varios acuerdos multilaterales. Específicamente, hay tres instrumentos internacionales administrados por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, los cuales contienen diversas disposiciones relativas a la protección de las indicaciones geográficas de manera general.

⁵² Pacal González Fernando, Ob Cit., pág. 16.



A continuación se abordará el alcance de la protección que se brinda a las denominaciones de origen en virtud de los siguientes Tratados multilaterales. El Convenio de París y el Acuerdo sobre los ADPIC, por ser los únicos que a la fecha han sido aprobados y ratificados por Guatemala.

3.3.1 El Convenio de Paris

Con el fin de asegurar a sus propios ciudadanos, la posibilidad de obtener protección en Estados extranjeros, en 1883, once Estados establecieron la Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial, firmando el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial. Desde esa fecha, el número de miembros en todo el mundo ha ido aumentando continuamente.

Este Convenio, aporta una de las primeras referencias de las denominaciones de origen en distintos acuerdos internacionales, como objeto de la protección otorgada por la propiedad industrial. El objetivo del Convenio fue el de reforzar la cooperación de las naciones soberanas en materia de propiedad industrial, aunque en su texto original no mencionaba a las indicaciones de procedencia ni a las denominaciones de origen, éstas fueron incorporadas en las revisiones de Washington en 1911 y de La Haya en 1925, respectivamente. En el texto original del Convenio de Paris de 1883, figuraba una disposición que prohibía el uso de las indicaciones de origen falsas. Aunque, esa protección era más bien limitada, puesto que dicha prohibición únicamente era aplicable



en el caso que la indicación de origen falsa se utilizara conjuntamente con un nombre comercial ficticio no existente.

El Artículo 1.2 del Convenio enumera entre otros, los objetos de la protección de la Propiedad industrial y estos son: las indicaciones de procedencia y las denominaciones de origen. Esta disposición general, constituye la base para las demás disposiciones contenidas en el Convenio, relativas a la protección de las indicaciones de procedencia y asimismo el fundamento del Arreglo de Madrid y del Arreglo de Lisboa, como acuerdos particulares concluidos entre los países miembros del Convenio de Paris. Aunque, éste no contiene otra norma aparte del Artículo 1, que regulen específicamente a las denominaciones de origen, sus disposiciones relativas a las indicaciones de procedencia establecidas en los Artículos 9, 10 y 10 ter le son aplicables ya que éstas quedan incluidas en aquéllas.

En lo que concierne específicamente a las indicaciones de procedencia, el Convenio de Paris en el Artículo 10 párrafo primero, obliga a los Estados miembros a tomar medidas concretas, como el embargo, para impedir o prohibir el comercio de productos utilizando una indicación falsa respecto a la procedencia del producto. En virtud de esa disposición, queda prohibido utilizar como indicación de procedencia una referencia a un lugar geográfico que no sea aquel del cual provenga realmente el producto en cuestión. La prohibición comprende el uso directo y el uso indirecto de una indicación geográfica falsa. Así que, no sólo queda prohibido usar falsamente el nombre



geográfico de un lugar determinado, sino también el uso de expresiones que indiquen indirectamente un origen geográfico falso. El uso de adjetivos geográficos como la expresión “queso italiano” cuando el queso no procediera realmente de Italia, quedaría prohibida. Asimismo, el uso de imágenes, figuras o símbolos que denotan determinada procedencia geográfica que no sea verdadera, podría ser objeto de acción.

En cuanto a las medidas y sanciones, el Convenio de París en los Artículos 9, 10 y 10 ter párrafo primero, se exige que los países miembros apliquen medidas para impedir o reprimir la distribución de productos, que lleven una falsa indicación de procedencia. Sin embargo, estas medidas específicas constituyen una recomendación a los Estados, más no una obligación. La elección de las medidas aplicables se deja librada a la legislación de cada país miembro. En consecuencia, los Estados miembros podrían aplicar medidas diferentes a las previstas en el Convenio de París, para impedir el comercio de productos con indicaciones de procedencia falsas. En el Artículo 9, prevé medidas concretas que los Estado miembros deberán aplicar preferentemente, si ellas estuviesen previstas en la legislación interna y también establece un orden de prelación en la aplicación de las mismas. Las medidas son aplicables, entre otros, al caso de utilización directa o indirecta de una indicación falsa sobre procedencia del producto y son las siguientes, en el orden en que deben ser aplicadas:

- a) Embargo de productos en la frontera al momento de su importación (Artículo 9.1)
- b) Prohibición de la importación de los productos, si en la legislación del país no se permitiera el embargo de los mismos al momento de su importación (Artículo 9.5)



- c) Embargo de los productos en el interior del país, si la legislación nacional no emitiera el embargo de los mismos al momento de su importación (Artículo 9.5)

- d) Si la legislación del país en donde se reclama la protección no permitiera ninguna de las medidas anteriores, cualquier acción y medida que esa legislación concediere a los nacionales del país en casos semejantes (Artículo 9.6)

Sobre el embargo, dicho Convenio también regula que se podrá efectuar en el país en donde se hubiese hecho la aplicación de la indicación de procedencia falsa y no solo en el país de importación. Finalmente, el Convenio aclara que no existirá la obligación de disponer el embargo de productos con falsa indicación de procedencia, cuando ellos estuviesen en tránsito dentro de la jurisdicción del Estado miembro.

En el Artículo 10 ter, párrafo primero, establece la obligación general de los Estados miembros, de ofrecer los recursos legales apropiados para reprimir eficazmente ciertos actos previstos en el propio Convenio, entre los cuales se encuentran los actos de utilización directa o indirecta de una indicación falsa, respecto a la procedencia de un producto y el comercio de productos con indicaciones de procedencia falsas. Cada Estado queda obligado a prever medidas y acciones para impedir, prohibir y reprimir el uso de indicaciones geográficas falsas y el comercio de productos con tales indicaciones.



3.3.2 El acuerdo sobre los ADPIC

Las ideas y los conocimientos, constituyen una parte cada vez más importante del comercio, es por eso que los distintos países han creado la legislación necesaria para otorgar a los creadores, el derecho de impedir que otros utilicen sus invenciones, diseños o demás creaciones y de valerse de ese derecho, para negociar la percepción de un pago, por permitir esa utilización. Pero tiempo atrás, dicha legislación variaba considerablemente en los distintos países del mundo y a medida que la propiedad intelectual fue adquiriendo mayor importancia en el comercio, esas diferencias se convirtieron en una fuente de tensiones en las relaciones económicas internacionales. Así pues, se consideró que la manera de que hubiera más orden, previsibilidad y se pudieran resolver más sistemáticamente las diferencias, era establecer nuevas normas comerciales internacionalmente convenidas en la esfera de los derechos de propiedad intelectual. Y fue precisamente a través de la Ronda de Uruguay que se consiguió.

El Acuerdo de la Organización Mundial del Comercio sobre los ADPIC, constituye un intento de reducir las diferencias, en la manera de proteger esos derechos en los distintos países del mundo y de someterlos a normas internacionales comunes. "En el Acuerdo se establecen niveles mínimos de protección, que cada gobierno ha de otorgar a la propiedad intelectual de los demás miembros de la OMC. Al hacerlo, establece un equilibrio entre los beneficios a largo plazo y los posibles costos a corto plazo resultantes para la sociedad. Los beneficios a largo plazo se producen cuando la protección de la propiedad intelectual fomenta la creación y la invención, especialmente



cuando expira el período de protección y las creaciones e invenciones pasan a ser del dominio público.”⁵³ Los gobiernos están autorizados a reducir los costos a corto plazo que puedan producirse mediante diversas excepciones, por ejemplo hacer frente a los problemas relativos a la salud pública. Y actualmente, cuando surgen diferencias comerciales con respecto a derechos de propiedad intelectual, puede recurrirse al sistema de solución de diferencias de la OMC.

El Acuerdo abarca cinco amplias cuestiones:

- a) Cómo deben aplicarse los principios básicos del sistema de comercio y otros acuerdos internacionales sobre propiedad intelectual
- b) Cómo prestar protección adecuada a los derechos de propiedad intelectual
- c) Cómo deben los países hacer respetar adecuadamente esos derechos en sus territorios
- d) Cómo resolver las diferencias en materia de propiedad intelectual entre Miembros de la Organización Mundial del Comercio
- e) Disposiciones transitorias especiales durante el período de establecimiento del nuevo sistema.

El punto de partida del Acuerdo sobre la Propiedad Intelectual, son los principios básicos. Reviste especial importancia, el principio de no discriminación, trato nacional (igualdad de trato para nacionales y extranjeros) y trato de la nación más

⁵³ Del Rosario Martínez María, “Observancia relativa a propiedad intelectual” www.gestiopolis.com/...2/propiedad-intelectual-comercio-internacional.ppt. (24 octubre 2010)



favorecida (igualdad de trato para los nacionales de todos los interlocutores comerciales en el marco de la OMC). El otorgamiento de trato nacional, es también un principio fundamental en otros acuerdos sobre propiedad intelectual ajenos a la OMC. Es necesario hacer énfasis, en un importante principio adicional enunciado en el Acuerdo sobre los ADPIC; el cual consiste en que la protección de la propiedad intelectual, debe contribuir a la innovación técnica y a la transferencia de tecnología. Deben beneficiarse tanto los productores como los usuarios y debe acrecentarse el bienestar económico y social. "Se ha señalado que el relieve de tan importante Acuerdo, se ve complementado por dos medidas que refuerzan la importancia de los derechos de propiedad intelectual en el nuevo orden económico internacional: Por un lado, el sistema internacional de protección de la propiedad intelectual se encuadra en el marco del multilateralismo consagrado en la Ronda de Uruguay, que se materializa fundamentalmente con la creación de la Organización Mundial del Comercio, como foro internacional de debate y desarrollo de esta disciplina. Por el otro, los Acuerdos de la OMC establecen un sistema integrado de solución de controversias que constituye el primer mecanismo global de solución de diferencias entre Estado en materia de propiedad intelectual."⁵⁴

El Acuerdo sobre los ADPIC consta de 73 Artículos y constituye un marco multilateral de normas relativas a la protección y tutela de los derechos de propiedad intelectual. Establece estándares mínimos de protección, que deben ser respetados por todos los Estados miembros de la OMC, propiciando la aproximación de las diversas

⁵⁴ Casado Cerviño, Alberto, **GATT y propiedad intelectual**, pág. 44

legislaciones nacionales, así como recoge diferentes mecanismos que contribuyen a facilitar el equilibrio entre derechos y obligaciones, como las que establecen periodos transitorios a favor de países en desarrollo, países menos adelantados y economías en transición, sin mencionar numerosas normas con carácter facultativo.



Sus principales características son las siguientes:

- a) Establece un conjunto de normas sustantivas mínimas, es decir, los miembros pueden prever en su sistema estándares mayores de protección.
- b) Los miembros tienen la libertad de incorporar los compromisos en el marco de su propio sistema y práctica jurídica.
- c) Es compatible con otros Tratados o Convenios sobre propiedad intelectual concluidos por los miembros, incorporando por referencia sus principales disposiciones sustantivas.
- d) Reconoce el principio del trato nacional, asegurando que los nacionales de los países miembros reciban en cada miembro un trato no menos favorable que el previsto para sus propios nacionales.
- e) Prevé la aplicación de la cláusula de la nación más favorecida en forma automática, salvo en determinados casos, con lo cual evita la discriminación en razón de la nacionalidad de los beneficiarios con la protección.



- f) No pretende la armonización completa de normas nacionales o regionales, sino que su objetivo es establecer un conjunto de normas y de principios que eviten que la propiedad intelectual constituya un obstáculo indebido al comercio.

Es necesario aclarar que el término “Indicaciones Geográficas” es general y abarca tanto las denominaciones de origen como las indicaciones de procedencia, por tanto cuando en el Acuerdo sobre los ADPIC hacen referencia a las indicaciones geográficas, se entiende que también lo hace a las denominaciones de origen en general, tema central de esta investigación. Al respecto se puede mencionar que no hay definición de las denominaciones de origen, ni se nombra el concepto en particular, el acuerdo ofrece una protección especial para las indicaciones geográficas de vinos y bebidas espirituosas en el Artículo 23, ya que no hubo el consenso necesario para tratar el tema.

El régimen relativo a las indicaciones geográficas, se encuentra regulado en la sección III, parte II, Artículos del 22 al 24, en donde se afirma que: “La protección que estas normas otorgan tiene un alcance limitado y se configuran como un conjunto de obligaciones de resultado, pues deja en libertad a los miembros para adoptar las medidas que se precisen para asegurar su cumplimiento”⁵⁵

⁵⁵ Casado Cerviño, Alberto. *La Protección de las Indicaciones Geográficas en el Acuerdo TRIP's en los Derechos de Propiedad Intelectual en la Organización Mundial del Comercio*. Página 190.



Los principales reclamantes de protección para las indicaciones geográficas fueron la Unión Europea, sus Estados miembros y Suiza, que tiene regiones de donde se originan productos –particularmente productos agrícolas- que tienen un alto renombre y por consiguiente, una gran demanda entre los consumidores, como el caso de los vinos de las regiones de Burdeos y Champaña en Francia, el jamón de Parma en Italia y el queso de Emmental en Suiza.

En cuanto al contenido que regula las indicaciones geográficas, se ha estudiado exhaustivamente el Artículo 22 y al respecto Marco Flores manifiesta: “El Artículo 22 del ADPIC abarca la protección de indicaciones geográficas para todos los productos (a excepción de los productos citados en el Artículo 23) y define un nivel normalizado de protección, estableciendo que los miembros serán los encargados de arbitrar los medios legales necesarios para proteger las indicaciones geográficas cuando el público sea inducido a un error en cuanto al verdadero origen geográfico del producto ; con el fin de evitar que se produzca un acto de competencia desleal”⁵⁶

El apartado dedicado a la protección de las indicaciones geográficas, comienza definiéndolas en el Artículo 22 primer párrafo, como las que identifican un producto como originario del territorio de un miembro, de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico. “Esta definición contiene dos

⁵⁶ Flores González, Marco. *La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador*. Página 47.



limitantes: la primera es que solo establece como signos susceptibles de tutela a través de sus normas a aquéllos que identifiquen “productos”, dejando así excluidos los signos geográficos que individualicen servicios; y la segunda es que no reconoce la referencia a factores naturales y humanos contenida en la última parte de la definición del Arreglo de Lisboa, lo que ha llevado a que algunos opinen que la norma excluye productos cuyas características son consecuencia fundamentalmente de factores humanos.”⁵⁷

Continuando en el Artículo 22, segundo párrafo, en relación con las indicaciones geográficas, se establece que los miembros arbitrarán los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir:

- a) La utilización de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de una región geográfica distinta del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto;
- b) Cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido del Artículo 10bis del Convenio de París (1967).
- c) Todo Miembro, de oficio si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada, denegará o invalidará el registro de una marca de fábrica o de comercio que consista en una indicación geográfica respecto de productos no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación es de naturaleza tal que induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen.

⁵⁷ Casado Cevíño, Alberto. Ob. Cit: página 191



El Acuerdo sobre los ADPIC en el Artículo 23, también señala un apartado especial para los vinos y bebidas espirituosas denominado: "Protección adicional de las indicaciones geográficas de los vinos y bebidas espirituosas", en donde básicamente, regula la obligación de cada miembro a establecer los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir la utilización de una indicación geográfica que identifique vinos o bebidas espirituosas, para productos de ese género, que no sean originarios del lugar designado por la indicación geográfica de que se trate. Establece además, si la legislación de un miembro lo permite o a petición de una parte interesada, el registro de toda marca de fábrica o de comercio para vinos o bebidas espirituosas que contenga una indicación geográfica, se denegará o invalidará para los que no tengan ese origen.

3.3.3. Tratados de libre comercio

En la actualidad, la integración del Istmo en la economía mundial, especialmente Guatemala, está atravesando por un gran problema económico. Es por eso que Guatemala y los demás países de Centroamérica, se han involucrado en negociaciones de carácter internacional con las cuales se pretende reducir la deuda interna y externa, así como el fortalecimiento de relaciones que propicien el desarrollo económico, por medio de la liberación de las barreras arancelarias. Lo cual pretenden lograr a través de un Tratado de Libre Comercio, el que puede definirse como: "El acuerdo mediante el cual dos o más países reglamentan de manera comprehensiva sus relaciones comerciales, con el fin de incrementar los flujos de comercio e inversión y por esa vía,



su nivel de desarrollo económico y social.”⁵⁸ Contienen normas y procedimientos tendientes a garantizar que los flujos de bienes, servicios e inversiones entre los países que suscriben dichos Tratados, se realicen sin restricciones injustificadas y en condiciones transparentes y predecibles.

El 29 de junio del año 2000, Guatemala, El Salvador y Honduras suscribieron un Tratado de Libre Comercio con México, para ampliar y regular sus relaciones comerciales; el cual cobró vigencia el 1 de junio del año 2001. En el capítulo XVI, desarrolla el tema de propiedad intelectual, y entre éstos, el de las denominaciones de origen.

El texto relativo a las denominaciones de origen, dentro del mencionado Tratado, establece lo siguiente:

- a) Cada Parte, protegerá las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, en los términos de su legislación.
- b) En relación con las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen, cada parte establecerá los medios legales para que las personas interesadas puedan impedir:
 - 1. El uso de cualquier medio que, en la designación o presentación del producto, indique o sugiera que el producto de que se trate proviene de un

⁵⁸ Competitividad y TLC. <http://cdigital.udem.edu.co/TESIS/CD-ROM21192006/05.Capitulo2.pdf>. (15 octubre 2010)

territorio, región o localidad distinto del verdadero lugar de origen, de modo que induzca al público a error en cuanto al origen geográfico del producto; y



2. Cualquier otra utilización que constituya un acto de competencia desleal, en el sentido del Artículo 10 bis del Convenio de París.

- c) Las partes, de oficio, si su legislación lo permite, o a petición de una parte interesada, denegarán o invalidarán el registro de una marca que contenga o consista en una indicación geográfica o denominación de origen respecto a bienes no originarios del territorio indicado, si el uso de tal indicación en la marca para esos bienes en esa parte, es de naturaleza tal que induzca al público a error en cuanto al verdadero lugar de origen.
- d) Los párrafos 2 y 3 se aplicarán a toda indicación geográfica o denominación de origen que, aunque indique de manera correcta el territorio, región o localidad en que se originan los bienes, proporcione al público una idea falsa de que éstos se originan en otro territorio, región o localidad.
- e) En relación con las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen, cada parte establecerá los medios para impedir la importación, fabricación o venta de un bien que utilice una indicación geográfica o denominación de origen protegida en otra parte, a menos que haya sido elaborado y certificado en esa parte, de conformidad con las leyes, reglamentos y normatividad aplicables a ese bien.

CAPÍTULO IV



4. Régimen jurídico nacional de las denominaciones de origen

4.1 Generalidades

Las denominaciones de origen han adquirido relevancia, no solo por ser un indicador de calidad altamente confiable, sino además porque su correcta utilización ha generado millonarias ganancias a productores, quienes haciendo uso de las bondades de la naturaleza han logrado colocar diferentes productos en el mercado, haciendo de éstos los preferidos entre los consumidores. Precisamente por su importancia, se hace necesaria su regulación clara y sistemática, si bien es cierto a nivel internacional existen diversos Tratados y Convenios, éstos no hacen más que referir a la legislación nacional, la cual es la que debe crear un entorno seguro; para que los productores y consumidores no sean objeto de competencia desleal, uso de atribuciones engañosas o de alguna otra forma de perjuicio.

4.2. Normas aplicables

La regulación de las denominaciones de origen dentro de la legislación guatemalteca, se encuentra en la Ley de Propiedad Industrial (Decreto 57-92 del Congreso de la República) y en su reglamento contenido en el Acuerdo Gubernativo 89-2002 del presidente de la República, la cual se complementa con lo que al respecto regulen los



Convenios y Tratados internacionales de los cuales el país es miembro. Este tema abarca el capítulo VIII de la citada Ley y es titulado “Indicaciones geográficas y denominaciones de origen”, el cual está dividido en dos secciones. Para efectos de este trabajo es la sección segunda la que resulta aplicable, pues en esta parte regulan específicamente las denominaciones de origen y está compuesta por los Artículos del 81 al 90, complementado por lo previsto en los artículos 48 al 60 de su Reglamento y otras disposiciones comunes.

4.3 Régimen de registro y protección

4.3.1. Solicitud

Podrán solicitar el registro de una denominación de origen nacional, una o varias personas individuales o jurídicas que sean productores, fabricantes o artesanos que tengan su establecimiento en la región o en la localidad a la cual ésta corresponda. También podrá ser solicitada por el Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación o el Ministerio de Cultura y Deportes. En el caso de los Ministerios indicados, la solicitud debe ser suscrita por el titular del despacho, o bien por el vice Ministro que esté a cargo del mismo, de conformidad con las disposiciones aplicables de la Ley del Organismo Ejecutivo, de los respectivos reglamentos u otras disposiciones.



La solicitud de registro debe ser presentada por escrito, ante el Registro de la Propiedad Intelectual, ya que es la institución competente para conocer de las solicitudes de registro de denominaciones de origen a favor del Estado, observándose los requisitos establecidos en los Artículos 5 y 85 de la Ley de Propiedad Industrial, como en los Artículo 3 y 48 del Reglamento de La Ley.

Respecto a la inscripción de las denominaciones de origen en el Registro de la Propiedad Intelectual, se hace necesario hacer la aclaración que: "Si bien en cierto en la doctrina la propiedad intelectual, al igual que la propiedad industrial, son derecho de propiedad sobre derechos incorporales (propiedades especiales, se suelen calificar) y como tales, son susceptibles de inscripción en el Registro de Bienes Muebles; gozan de una peculiaridad, y es que su titularidad viene marcadamente determinada por su inscripción en un registro administrativo específico: el Registro de la Propiedad Intelectual."⁵⁹

De acuerdo a lo que establecen los citados Artículos, toda solicitud de registro de una denominación de origen debe cumplir con la siguiente información:

- a) Datos generales del solicitante o de su representante legal;

⁵⁹ García Solé Fernando y Gomez Gáligo Francisco Javier, **Derecho de los Bienes Muebles y Financiación y Garantías en la Contratación Mobiliaria**, Pág. 227



- b) Si el solicitante es persona jurídica, indicación de las actividades a las que se dedica y el lugar en donde se encuentran sus establecimientos, cuando se dediquen a la producción o fabricación del producto designado por la denominación de origen;
- c) La denominación de origen cuyo registro se solicita;
- d) La zona geográfica de producción, que comprenda a la denominación de origen;
- e) Una descripción detallada del producto o productos terminados que abarcará la denominación de origen, incluyendo sus características o cualidades esenciales, componentes, forma de extracción y procesos de producción o elaboración
- f) El señalamiento detallado de los vínculos entre denominación, producto y territorio; y
- g) Toda información que se considere necesaria o pertinente

Además, deben adjuntarse todos aquellos documentos que resulten pertinentes para acreditar la información, incluyendo el o los mapas que resulten necesarios para identificar la zona geográfica, los análisis o estudios técnicos que respalden la información sobre las características del producto, los factores naturales y humanos descritos y el vínculo entre el producto y dichos factores, el resumen o extracto de la solicitud, los documentos que acrediten que el solicitante ha ejercido y ejerce una actividad productiva o artesanal en la zona geográfica que abarcará la denominación y el comprobante de pago de la tasa establecida.



4.3.2 Cargas fiscales

La solicitud de registro de una denominación de origen, se encuentra afecta al pago de la tasa establecida en el arancel del Registro de la Propiedad Intelectual, en materia de propiedad industrial, el cual se encuentra contenido en el Acuerdo Gubernativo número 862-2000, que entró en vigencia el nueve de enero del 2001. Según dicho arancel, por inscripción de una denominación de origen, la tasa establecida es de un mil quinientos quetzales (Q.1, 500) y por modificación de registro la tasa es de un mil quetzales (Q.1, 000).

Es necesario hacer énfasis en la excepción que establece el último párrafo del Artículo 85 de la Ley, al indicar que cuando el registro fuese solicitado por una entidad pública, no se estará afecto a la tasa establecida.

4.3.3 Procedimiento

El trámite aplicable para realizar la solicitud de registro de una denominación de origen, es según lo establece el Artículo 86 de la Ley, al procedimiento establecido para el registro de marcas; con la sola excepción que en el caso de las denominaciones de origen, no se extenderá título alguno. La razón de esta limitación, es que la titularidad de toda denominación de origen nacional corresponde al Estado de Guatemala, según el Artículo 81 de la Ley.



Al respecto de la marca, Yves menciona: "En el plano económico, la marca puede ser definida como un signo que tiende a proporcionar a la clientela una mercancía o un servicio cubierto públicamente con su garantía. Mientras la definición jurídica y clásica pone principalmente el acento sobre el carácter distintivo que presenta la marca para con la clientela y los competidores, la definición económica recurre a un principio más reciente, el de una constante cualitativa y de una garantía aportada por la marca al público que confía en ella." ⁶⁰. Como se puede notar, las características de las marcas son similares a las de las denominaciones de origen, es por eso que el procedimiento que se debe seguir para inscribir una denominación es similar al de las marcas, porque protege prácticamente los mismos derechos y regula al respecto cuestiones similares como la competencia desleal.

No obstante, la misma Ley remite al procedimiento establecido para el registro de marcas, existen ciertas normas especiales aplicables para las denominaciones de origen, las cuales es importante tener en cuenta, porque determinarán aspectos esenciales por la clase de tema que se abarca.

En cuanto al procedimiento propiamente dicho, el primer paso es hacer la presentación de la solicitud ante el Registro de la Propiedad Intelectual, en donde se le anotará la fecha y hora de su presentación, se le asignará un número de expediente y se

⁶⁰Saint-Gal, Yves, **Asociación Internacional Para la Protección de la Propiedad Industrial**. II Cursillo sobre Propiedad Industrial, página 68



entregará un recibo de la solicitud y de los documentos presentados al solicitante (Artículo 24 de la Ley), según lo que establece el Artículo 11 del Reglamento, el recibo o constancia de recepción puede ser la copia de la solicitud.

4.3.4 Examen de forma y fondo

La solicitud de registro será objeto de examen para determinar si cumple con los requisitos de forma y para determinar si la denominación de origen cuyo registro se pretende, no se encuentra dentro de los casos de prohibiciones expresas que regula el Artículo 82 de la Ley.

En cuanto a la forma, el Registro debe examinar si concurren los requisitos exigidos por los Artículos 5 y 85 de la Ley y 3 y 48 del Reglamento; además debe verificar que se hayan adjuntado los documentos exigidos por los Artículos 85 de la Ley y 49 de su reglamento.

Posteriormente al examen de forma, pueden suceder dos situaciones: Primero, que no se hayan cumplido los requisitos establecidos en la Ley, que no se hayan adjuntado los documentos correspondientes o que éstos resulten insuficientes para el examen de fondo de la solicitud. En este caso, el Registro tiene la facultad de requerir al solicitante que proceda a subsanar los errores u omisiones o que presente la documentación complementaria, para lo cual se le concederá un plazo de dos meses. En el supuesto



que el interesado no cumpliera con lo requerido dentro del plazo indicado, el Registro de la Propiedad Intelectual tendrá la solicitud por abandonada y ordenará su archivo sin necesidad de declaración alguna. En el caso que el interesado compareciere dentro del plazo establecido, pero a juicio del Registro no se hubiere cumplido totalmente con lo requerido, se emitirá resolución, rechazando la solicitud. Contra esta resolución, el interesado puede hacer uso del recurso de revocatoria dentro de los cinco días siguientes a la fecha de la notificación, para que el expediente sea elevado al conocimiento del Ministerio de Economía y se siga con el procedimiento que establece la Ley de lo Contencioso Administrativo.

La segunda situación se da, es el caso de que la solicitud efectivamente satisfaga todos los requisitos legales. El Registro dictará resolución admitiendo a trámite la solicitud y ordenando que se publique un extracto de la misma en el Diario de Centroamérica por una sola vez. El edicto debe contener el resumen que el interesado debe adjuntar a la solicitud y la fecha de presentación de la misma, el número del expediente respectivo, la fecha del edicto, la firma del registrador o el funcionario del Registro que aquel designe para tal efecto, mediante acuerdo interno y el sello del Registro de la Propiedad Intelectual. Este edicto está afecto al pago de honorarios por servicios por la suma de cincuenta quetzales de conformidad a lo que establece el arancel anteriormente descrito. El interesado tiene la obligación de presentar al Registro la parte pertinente del Diario Oficial en donde apareció publicado el edicto, dentro del mes siguiente a la fecha de la publicación. La omisión de este requisito tendrá por efecto que la solicitud sea tenida por abandonada de pleno derecho y que se ordene su archivo.



4.3.5 Oposición

Según el Diccionario Jurídico Elemental de Guillermo Cabanellas de Torres, Oposición es: “Impedimento, estorbo, obstáculo, argumentación o razonamiento en contra. En lo procesal, acto cuyo objeto consiste en que no se lleve a efecto lo que otro se propone, vaya esto en perjuicio de uno mismo o de otro.”⁶¹ El plazo para plantear oposiciones u observaciones con el fin de objetar, aclarar o adicionar la información proporcionada por el solicitante, es de dos meses a partir de la fecha de la publicación del edicto. Quien formule oposición u observaciones debe indicar los fundamentos de hecho y de derecho en que se base, acompañando a título de prueba documentación que sustente su posición. De toda oposición u observaciones se debe dar audiencia al solicitante por el plazo de dos meses y si fuere necesario recibir medios de prueba ofrecidos por el opositor o por el solicitante, el Registro decretará la apertura a prueba por un plazo de dos meses comunes (Artículo 27 de la Ley y 53 del Reglamento). Aunque por la complejidad que las denominaciones de origen conllevan, este plazo debería haberse ampliado específicamente en esta etapa.

4.3.6 Resolución Final

Una resolución, según el Diccionario Jurídico de Guillermo Cabanellas es: “Una acción o efecto de resolver; una decisión, un fallo, un auto o una providencia de una autoridad gubernativa o judicial.”⁶²

⁶¹ Cabanellas de Torres, Guillermo, *Ob. Cit.*, pág. 273

⁶² *Ibid.* pág. 341



Dentro del mes siguiente al vencimiento del plazo previsto para presentar observaciones o del plazo concedido al solicitante para manifestarse sobre éstas cuando se hubieren presentado, el Registro resolverá la solicitud en forma razonada refiriéndose a las observaciones que hubiesen sido presentadas. Si la solicitud fuere estimada procedente, además de los requisitos a que se refieren los Artículos 87 de la Ley y 54 del Reglamento, se indicará:

- a) La zona geográfica delimitada de producción cuyos productores, fabricantes o artesanos tendrán el derecho a usar la denominación
- b) Los productos a los cuales se aplicará la denominación de origen
- c) Las cualidades o características esenciales de los productos a los cuales se aplicará la denominación de origen, salvo el caso en que por la naturaleza del producto o por alguna circunstancia no fuese posible precisar tales características
- d) El mandato que:
 - d.1) Se proceda al registro de la denominación de origen de que se trate;
 - d.2) Se publique la resolución dentro del mes siguiente en el Diario de Centroamérica por una sola vez y a costa del interesado. La denominación de origen quedará protegida a partir del día siguiente de esa publicación;
 - d.3) Y que se preceda dentro del plazo de seis meses a partir de la fecha de la publicación de la solicitud, a elaborar y presentar al Registro la normativa de uso y administración de la denominación de



origen. Dicha normativa debe ser aprobada por el Registro de la Propiedad Intelectual y publicarse en el Diario Oficial por una sola vez.

4.4 Régimen de administración y control

En la resolución por la cual el Registro de la Propiedad Intelectual, declara procedente la solicitud de inscripción de una denominación de origen a nombre del Estado de Guatemala, debe ordenar la elaboración y presentación para su evaluación, de la normativa correspondiente al uso y administración de la denominación de origen protegida.

4.4.1 Órgano de administración

El órgano de administración debe estar formado, según lo establece el Artículo 58 del Reglamento, de la siguiente manera:

- a) Un representante del Ministerio de Agricultura, Ganadería y Alimentación
- b) Un representante del Ministerio de Cultura y Deportes
- c) Un representante del Registro
- d) Los representantes que designen los productores, fabricantes o artesanos que hubieren calificado para utilizarla.

Nuevamente, se hace alusión a la normativa de uso y administración, al establecer que todo lo relativo a plazos para ejercer cargos y forma de designación, se hará conforme



a lo que éste regule. En cuanto a los representantes de los productores, fabricantes y artesanos, no se hace ningún tipo de indicación respecto a cuántos deberían participar, por lo que seguramente se tendrá que recurrir nuevamente a la normativa de uso.

4.4.2 Contenido de la normativa

Según lo establece el Artículo 55 del Reglamento, la normativa de uso y administración del la denominación de origen debe contener como mínimo lo siguiente:

- a) La información a que se refieren los Artículos 85 y 87 de la Ley y 48 del Reglamento, acorde con la resolución del Registro que aprueba la inscripción de la denominación de origen de que se trate;
- b) La integración del órgano de Administración de origen y la forma de suplir a sus miembros en caso de ausencia temporal o definitiva;
- c) Las funciones y forma de actuación del órgano de administración
- d) La forma de modificar la normativa de administración y uso de la denominación de origen, previamente a su presentación al Registro para solicitar su aprobación.
- e) Los requisitos que los productores, fabricantes o artesanos deben cumplir para obtener la autorización de uso de la denominación de origen y el procedimiento aplicable a las solicitudes;
- f) Los derechos y las obligaciones de las personas autorizadas a utilizar la denominación de origen;



- g) Los mecanismos de vigilancia y verificación que se aplicarán para asegurar el uso debido de la denominación de origen;
- h) Las infracciones y sanciones aplicables por incumplimiento a las obligaciones que deben observar quienes estuvieren autorizados para usar la denominación de origen; y
- i) Las causas por las cuales procede la cancelación de la autorización de uso otorgada a una persona.

El contenido de la normativa de uso constituye la regulación de la denominación de origen, pues trata todos los aspectos de ésta. Su contenido es realmente extenso y esto se debe a que la Ley no menciona específicamente muchos aspectos importantes que se hace necesario incluirlos y regularlos de alguna manera.

4.4.3 Aprobación y modificación

El Artículo 56 del Reglamento, regula que la aprobación de la normativa de uso y administración corresponde al Registro de la Propiedad Intelectual, el cual debe examinarla para establecer si se ajusta a lo dispuesto en la Ley y su Reglamento; y si fuera el caso hacer las modificaciones necesarias. Para tal efecto, el Registro tiene el plazo de un mes a partir de la fecha de la presentación, o de realizadas las modificaciones requeridas para emitir la autorización correspondiente. Si cumple con todos los requisitos se debe ordenar que se publique por una sola vez en el siario

oficial, a costa del solicitante y entrará en vigencia ocho días después de su publicación.



4.5.4 Autorización y uso

Una vez que la normativa de uso y administración se encuentre vigente y el órgano de administración esté integrado y en funciones, las personas interesadas que no pueden ser otras que los productores, fabricantes o artesanos, pueden solicitar a dicho órgano que se les conceda la autorización, siempre y cuando se ajusten a los requisitos que indica la normativa de uso y administración. Este órgano, debe llevar un registro de las autorizaciones concedidas observando lo dispuesto en el Reglamento de la Ley, para el caso de las inscripciones que lleva el Registro. Aunque el segundo párrafo del Artículo 90 de la Ley, determina las condiciones mínimas que todo solicitante de autorización debe demostrar:

- a) Dedicarse directamente a la producción, fabricación o actividad artesanal de los productos protegidos por la denominación de origen;
- b) Realizar tales actividades dentro del territorio que abarque la denominación de origen, conforme la correspondiente resolución del Registro;
- c) Que el solicitante acredite que ha ejercido la actividad productiva o artesanal de que se trate, en la región o localidad que abarque la denominación de origen, como mínimo durante los dos años anteriores a su solicitud.



En cuanto a su uso, del examen de las normas contenidas en la Ley de Propiedad Industrial y su Reglamento, se puede afirmar que el uso de una denominación de origen por cualquier productor, fabricante o artesano queda sujeto a las siguientes normas:

- a) Solamente los productores, fabricantes o artesanos que desempeñen su actividad en el lugar designado por una denominación de origen que cuenten con la correspondiente autorización del órgano de administración de la denominación, podrá usar comercialmente la misma en sus productos;
- b) Quienes estuvieren autorizados de conformidad con la Ley para usar la denominación de origen, deberán emplearla junto con la expresión: "DENOMINACIÓN DE ORIGEN" (Artículo 90, segundo párrafo)
- c) La autorización para utilizar una denominación tiene un plazo de vigencia de diez años contado a partir de la fecha en que se otorgue y podrá renovarse por periodos iguales. (Artículo 90, tercer párrafo)
- d) Los usuarios están obligados a utilizar la denominación de origen tal y como aparezca protegida, atendiendo todas las regulaciones aplicables a la misma y de forma que no amenace con desprestigiarla;
- e) Queda prohibido hacer uso de la denominación de origen en forma contraria a lo que establece la normativa de uso y administración, cuando cause desprestigio, incluyendo pérdida de valor económico. (Artículo 60, literal C del Reglamento)
- f) Los productores, fabricantes o artesanos deben hacer uso de la denominación de origen según lo establecido en la normativa de administración (Artículo 55 del Reglamento)



- g) El Estado y cualquiera de los productores, fabricantes o artesanos que usen una denominación de origen protegida previamente o las asociaciones que agrupen a dichos productores, fabricantes o artesanos, tendrán derecho a oponerse al registro posterior de dicha denominación como marca y de impedir su uso con relación a productos del mismo género que no sean originarios del lugar, cuando dicho uso pudiera causar confusión. (Artículo 81 de la Ley)
- h) Es ilegal el uso de una denominación de origen sin la autorización correspondiente o bien en aquellos casos en que a la misma se anteponga o agregue indicaciones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación" u otras semejantes que induzcan a confusión al consumidor o impliquen un acto de competencia desleal. (Artículo 83 de la Ley)

4.4.5 Cancelación

Ahora bien, en los casos que establezca la normativa de uso y administración de la denominación o lo establecido en Artículo 60 del Reglamento, la autorización de uso puede ser cancelada. Los casos por los que podría cancelarse son los siguientes:

- a) Por vencimiento del plazo de la autorización, sino se ha solicitado a tiempo su renovación;
- b) Por renuncia voluntaria del titular de la autorización;
- c) Por el uso de la denominación de origen en forma contraria a lo que establece la normativa de uso y administración, cuando ese uso amenace o cause



desprestigio a la denominación de origen, incluyendo la pérdida del valor económico de la misma; y

d) Por las otras causas que establezca la normativa de uso y administración.

“En los dos primeros casos, nada obstaculizaría que el interesado obtuviera nuevamente la autorización de uso, sometiendo su solicitud en la forma prevista y cumpliendo con todos los requisitos y condiciones establecidas en la Ley, el Reglamento y la normativa de uso y administración. En los otros dos casos, no se establece nada al respecto en cuanto a la posibilidad de conceder una nueva autorización, por lo que se estima que nuevamente sería la normativa la que tendría que determinar dicha posibilidad.”⁶³ Además, según el Artículo 60 del Reglamento, cuando el Registro tenga conocimiento de alguna causal de cancelación contenida en las literales c y d anteriormente descritas, podrá recabar información o documentación complementaria de oficio, dando audiencia de las denuncias y pruebas aportadas por el plazo de un mes a la persona autorizada y al órgano de administración, para que se manifieste al respecto. Será el Registro quien determine si procede o no la cancelación de autorización de uso y deberá notificar al órgano de administración para que realice la anotación correspondiente.

⁶³ Pacal González, *Ob Cit.* pág. 69



4.5 Medios jurídicos de defensa

Las denominaciones de origen al igual que los signos distintivos regulados por la Ley de Propiedad Industrial, están protegidos civil y penalmente por las disposiciones procesales contempladas en la propia Ley, para de esta forma fortalecer su credibilidad y beneficiar tanto a productores como a consumidores de una manera más certera. Dentro de la sección de la Ley de Propiedad Industrial que regula las denominaciones de origen, se encuentra la responsabilidad que tiene el Registro de velar porque las mismas sean usadas únicamente por las personas o entidades respectivas.

La Ley de Propiedad Industrial contiene un conjunto de normas o disposiciones generales aplicables a las acciones procesales, las cuales se encuentran en el Título VI, Capítulo I, en los Artículos 178 al 185. Además el Artículo 215 de la Ley regula la supletoriedad de las Leyes del Organismo Judicial, del Código Procesal Civil y Mercantil y de la Ley de lo Contencioso Administrativo.

En cuanto al proceso judicial propiamente dicho, se deberán cumplir con los siguientes dos principios básicos, regulados en el Artículo 178 de la Ley:

- a) Los derechos de propiedad industrial son derechos de orden privados, sin perjuicio de la obligación del Estado de tutelar y proteger estos derechos.
- b) El Estado velará porque se establezcan medidas eficaces, prontas y eficientes contra cualquier acto u omisión infractora de los derechos de propiedad

industrial, inclusive para prevenir dichas infracciones y disuadir nuevas infracciones.



4.5.1 Legitimación

Quien puede promover la acción en defensa de los derechos de propiedad industrial, corresponde siempre a los titulares de tales derechos, pero en la Ley de Propiedad Industrial existen algunas excepciones aplicables a las denominaciones de origen:

- a) Cualquier persona que se considere afectada puede pedir a la autoridad competente la constatación y declaración de carácter ilícito de un presunto acto de competencia desleal. (Artículo 204 de la Ley)
- b) Puede iniciar directamente una acción, cualquier asociación u organización representativa de algún sector profesional, empresarial o de los consumidores cuando resulten afectados los intereses de sus miembros. (Artículo 204 de la Ley)
- c) Para ejercer tales acciones no es indispensables comprobar ser titular de un derecho protegido por la Ley, por lo tanto al demandante únicamente corresponderá probar la existencia de un acto de competencia desleal por parte del demandado. (Artículo 204 de la Ley)
- d) Corresponde al Ministerio Público el ejercicio de la acción penal en contra de los responsables de los delitos y faltas tipificadas en materia de Propiedad Industrial en el Código Penal y en otras Leyes. (Artículo 206 de la Ley)



4.6.2 Órgano competente

La competencia para conocer de acciones en defensa de las denominaciones de origen, corresponde a los juzgados del ramo civil, aunque el Artículo 181 de la Ley, deja abierta la posibilidad de la creación de juzgados especiales para conocer de esta materia.

La vía establecida regulada en el Artículo 182 de la Ley de Propiedad Industrial, para dirimir cualquier tipo de conflicto en materia de propiedad intelectual, es el procedimiento del Juicio Oral; el cual se tiene que desenvolver según las normas específicas reguladas en el Código Procesal Civil y Mercantil.

4.5.3 Arbitraje y conciliación

El Artículo 182 de la Ley, establece que el Juicio Oral es la vía específica para dirimir conflictos en materia de propiedad intelectual. Sin embargo, también deja abierta la posibilidad de que los interesados puedan utilizar métodos alternativos de resolución de controversias, tales como la conciliación y el arbitraje. Esto en parte tiene muchas ventajas, ya que los métodos alternativos para la resolución de conflictos ofrecen la oportunidad de negociar, se conservan las relaciones y es una excelente manera para resolver las disputas de manera rápida y económica. “Generalmente las técnicas que bajo esta denominación se identifican son: La Negociación, la Conciliación, la Mediación y el Arbitraje. Todas ellas han nacido como respuesta a la tradicional lentitud

y el alto costo de los procesos Judiciales, que han generado descontento popular con la Administración de Justicia. ⁶⁴



Las denominaciones de origen tienen la peculiaridad que su titularidad corresponde al Estado, por lo tanto en el apartado que las regula específicamente, debió hacerse la salvedad que tanto la conciliación como el arbitraje no son aplicables a las mismas.

4.5.4 Caducidad

El plazo de caducidad de las acciones previstas en la Ley, está regulado en el Artículo 200 de la Ley y establece que es de dos años, contado a partir de que el titular del derecho infringido tuvo conocimiento de la infracción, o bien, a los cinco años contados a partir de que se cometió la última infracción. Para el caso de competencia desleal, la acción respectiva caduca a los dos años, contados a partir de que el titular del derecho tuvo conocimiento del acto de competencia desleal, o bien, a los cinco años desde la fecha en que se cometió por última vez el acto, aplicándose el plazo que venza más tarde.

⁶⁴ López Aparicio, Tito Antonio, *Medios alternativos de solución de conflictos*, pág. 2



4.5.5 Medidas cautelares

El Artículo 187 de la Ley, faculta a los jueces competentes para que ordenen las providencias cautelares prudentes para proteger los derechos respectivos, aunque esta norma deja abierta la posibilidad de aplicar cualquier providencia cautelar, al igual que lo hace el Artículo 530 del Código Procesal Civil y Mercantil. A continuación se enumeran ciertas medidas, que por la singularidad de la materia, se podrían aplicar:

- a) La cesación inmediata del uso, aplicación, colocación y comercialización de los productos infractores y de las acciones desleales.
- b) El comiso de los productos infractores, incluyendo envases, empaques, envolturas, etiquetas, material impreso o de publicidad, maquinaria y otros materiales que sean el resultado de la infracción o se hayan empleado para cometerla y los medios empleados para cometer la infracción.
- c) La prohibición de la importación de los productos, materiales o medios referidos en la literal anterior.
- d) La confiscación y traslado a los depósitos judiciales de los productos, materiales o medios referidos en la literal b.
- e) Las medidas necesarias para evitar que la infracción o los actos de competencia desleal continúen o se repitan, incluida la destrucción de los productos, materiales o medios referidos en la literal b.
- f) La anotación de la demanda en la inscripción cuya nulidad o anulación se pretende.



- g) La suspensión de los registros o licencias sanitarias o de otra naturaleza que resulten necesarios para el ingreso, distribución, venta o comercialización de los productos infractores.

Una particularidad de las providencias cautelares, es que éstas, según lo que regula el Artículo 189 de la Ley, pueden ser ordenadas o se puede fijar el monto de una garantía correspondiente por el juez, que decreta la práctica de un reconocimiento judicial. El reconocimiento se realiza, principalmente en los lugares donde presuntamente se estén cometiendo o preparando actos tendientes a la realización de la infracción de derechos de esa materia, sin la necesidad de prestar garantía por parte del solicitante y la resolución que lo ordene llevará implícita la orden de allanamiento. Puede además, complementarse con la presencia de peritos designados por la parte actora o por el propio tribunal, asimismo el juez podrá ordenar la exhibición de cosas muebles o documentos, practicarse medios científicos de prueba y tomarse fotografías de los objetos o lugares inspeccionados.



CAPÍTULO V



5. Las denominaciones de origen como medio eficaz para la proyección comercial de Guatemala a nivel internacional

5.1 Propiedad Intelectual y la economía

La propiedad intelectual no ha sido un tema central en la teoría económica. Como consecuencia de ello, ha sufrido menoscabo la comprensión del papel de la propiedad intelectual, en el proceso de desarrollo de varios países. Sin embargo, nuevos vientos de la teoría económica parecen apuntar al importante papel de la propiedad intelectual en el estudio del desarrollo económico. Más aun, un delgado segmento de la literatura está comenzando a examinar directamente, la interacción entre propiedad intelectual, la innovación y el desarrollo económico en el mundo en desarrollo. El hecho que no se haya ligado por mucho tiempo a la propiedad intelectual y a la economía, radica básicamente en que los economistas en su entrenamiento y formación no fueron expuestos al estudio de la propiedad intelectual, pocos la han estudiado a profundidad o han obtenido algún entrenamiento de cómo funciona en la práctica.

Desde el tiempo de Adam Smith, quien en su exploración de la economía política, centró la investigación en el trabajo, el capital y los recursos al comparar la riqueza de las naciones; los economistas clásicos ya se inspiraban en la confianza básica de que, con el auxilio del avance científico, se desplegaría el bienestar material; dejando de un



lado una vez a la propiedad intelectual. Entretanto, la escuela neoclásica fue sobrecogida por el descubrimiento de que la combinación de trabajo, capital y recursos no es igual al total de la actividad económica, la cual finalmente, también fracasó. Todo esto deja claro que los principales economistas no fijaron su atención en el tema de la protección de la propiedad intelectual como un factor de desarrollo económico. Finalmente, se puede afirmar que la propiedad intelectual está tomando ventaja y que con el paso del tiempo se convertirá en una herramienta fundamental para el crecimiento económico, tal como lo afirma Woods: “El trabajo hecho sobre el valor económico del conocimiento mismo y sobre la difusión del conocimiento en los últimos años, podría empezar a facilitar la evolución de la función de la protección de la propiedad intelectual en el desarrollo del Tercer Mundo. Estos estudios supusieron, sin discusión, que la protección de la propiedad intelectual es operativa y efectiva como parte del entorno dado.”⁶⁵

Realmente, no se pensó que el estudio de la función del trabajo, el capital y los recursos, debía incluir un factor tal como la protección de la propiedad intelectual. No obstante, el reconocimiento novedoso de que estos tres pilares de la economía clásica adolecen del poder de explicar completamente la actividad económica, dinámica y en particular las diferencias de riqueza entre las naciones modernas, han llevado a una observación más atenta de la tecnología, la innovación y por lo tanto la propiedad intelectual; que parecen dar cuenta de una porción significativa, de los avances de productividad. Debido a que no se ha encontrado en los elementos anteriormente

⁶⁵ Sherwood Robert M., *Ob. Cit*; pág. 97



mencionados, todas las respuestas al desarrollo, los estudiosos en la materia han concluido que: “Los derechos de propiedad intelectual e industrial sirven para generar niveles óptimos de producción de bienes abstractos. Sin embargo, su fin último es el mejoramiento cuantitativo y cualitativo de la producción de bienes y servicios materiales”.⁶⁶

5.2. Situación económica actual

5.2.1 Situación económica en Latinoamérica

Las expectativas de crecimiento de América Latina en la década pasada, fueron alimentadas por un ingenuo espejismo competitivo. “Para la mayoría de nuestros gobernantes, fue casi obvio que el solo hecho de abrirse comercialmente era sinónimo de éxito inmediato e inminente, de ahí las grandes expectativas que se formaron sobre el proceso de apertura en toda América Latina. Sin embargo, el marco institucional y la preparación real de nuestros países eran insuficientes, e inclusive se podría pensar que bajo la lógica de los mecanismos de mercado, los conceptos de Intervención Estatal o de Política Industrial desaparecieron del escenario durante varios años. Hoy parece haber consenso en afirmar que los procesos de globalización están incrementando la brecha entre los países desarrollados y el mundo subdesarrollado.”⁶⁷

⁶⁶ Spector Horacio M. **Derechos Intelectuales**, pág. 28.

⁶⁷ Jáuregui G. Alejandro, “**Algunas reflexiones sobre la situación económica latinoamericana**” [http://www.gestiopolis.com/canal es/ economia/ articulos/no%206/Reflexionlatina.htm](http://www.gestiopolis.com/canal/es/economia/articulos/no%206/Reflexionlatina.htm). (13 de noviembre 2010)



Los efectos de toda esta situación no se han dejado esperar, la colectividad no ha tardado en mostrar su malestar, al ver como se terminaban con mercados internos saturados de mercancías importadas, que no siempre suponían buena calidad y con miles de desempleados y empresas quebradas. Solo hasta entonces, se hicieron los estudios de impacto de la apertura en la pequeña mediana y gran empresa, con resultados bastante reveladores y para algunos inesperados. Es importante mencionar, que la explotación de redes de distribución y los problemas de carácter especulativo, evidenciaron la debilidad financiera latinoamericana y la incapacidad de responder adecuadamente a los retos de la apertura, con los consecuentes desarreglos en los agregados de la producción y el empleo.

El panorama económico actual, ha puesto en duda los mecanismos automáticos de mercado, que liberados a su propia suerte no necesariamente son óptimos, ya que no vivimos en mercados perfectos. "La evidencia nos muestra, como ahora las empresas buscan apoyo en el Estado y como la sociedad en general, reclama mejores condiciones de su aparato estatal. Competir en desventaja, como países latinoamericanos en vías de desarrollo y tratar de abrirse al mundo, no ha sido satisfactorio. Lo que todavía no se puede establecer es si a largo plazo, se podrá salir adelante, o si tenemos que volver a cerrarnos y cambiar nuestros paradigmas de desarrollo."⁶⁸

⁶⁸ Ibid. Pág. 3



Realmente, el papel de la propiedad intelectual es de mucha importancia dentro de un país que pretende ser competitivo, por lo que se ha afirmado que, “Si todos pueden apropiarse libremente de una nueva idea, o si existen derechos comunales para nuevas ideas, no habrá incentivos para desarrollar nuevas ideas. Los beneficios que derivan de ellas no se concentrarán en quienes les dieron origen. Si hacemos extensivo a ellos cierto grado de derechos de propiedad privada estas ideas se desarrollarán con más rapidez.”⁶⁹ Como se puede apreciar, el papel de la propiedad intelectual va más allá del simple registro de una marca, ya que conlleva aspectos más relevantes como el desarrollo de un país, incluyendo obviamente su competitividad.

5.2.2 En Guatemala

Los indicadores para Guatemala, reflejan un modelo económico relativamente estable, sin embargo, se espera un mayor crecimiento económico, debido al aumento de las exportaciones, la inversión extranjera y avances hacia la integración comercial regional. Aunque, será difícil alcanzar un crecimiento sostenible, debido al acelerado crecimiento demográfico y al elevado número de personas que viven de la economía informal; sector que día a día se incrementa debido a la falta de oportunidades.

⁶⁹ Demsetz Harold, *Hacia una Teoría de los Derechos de Propiedad*, páginas 55-66.



En cuanto al sistema tributario, éste tiene una base reducida y una débil administración; por lo que persiste la evasión fiscal y las bajas cuotas de tributación. “Existe una gran dependencia de los impuestos indirectos como el Impuesto al Valor Agregado IVA y una dependencia menor del Impuesto Sobre la Renta, sin contar el gran número de exenciones. Tras la falta de éxito de varios esfuerzos por reformar el sistema tributario, el gobierno se encuentra ante una falta de recursos que solo podría ser superada mediante la creación de un nuevo sistema tributario. Debido a una baja tributación, el gasto público de Guatemala es uno de los más bajos de América Latina y aún es insuficiente para implementar los diferentes proyectos que se tienen de desarrollo en varias áreas. Se estima que el país tendría que invertir unos US\$85 millones en educación y unos US\$40 millones en salud hasta el 2015 para alcanzar los objetivos en el combate del analfabetismo adulto, la mortalidad materna, y la desnutrición.”⁷⁰

La inversión, especialmente en el sector de educación, también tiene un gran impacto en la generación del empleo. “Las recientes encuestas nacionales de empleo e ingresos indican que solo un tercio de la población trabaja en el sector formal, mientras que el resto trabaja en el sector informal o el sub empleo.”⁷¹ Debido a su elevado crecimiento demográfico, Guatemala necesita atraer la inversión extranjera y generar empleo; priorizando el gasto público en educación, para fortalecer sus recursos humanos y estimular la productividad nacional. Y por si esto fuera poco, con la implementación del

⁷⁰ Unión Europea, Documento de Estrategia País 2007-2013, Pag. 14

⁷¹ Encuesta nacional de empleo e ingresos. <http://www.ine.gob.gt/np/>. (12 de diciembre 2011)



DR-CAFTA, el gobierno deberá afrontar una disminución de los impuestos de importación, los cuales de por sí son bajos.

En los últimos años, Guatemala ha acumulado un gran déficit en su cuenta corriente, debido al déficit comercial. Aunque han aparecido nuevas industrias, como la industria maquiladora y los productos no- tradicionales, la caída de los precios del café, el banano y el cardamomo, es en parte la causa del incremento de la pobreza en las áreas rurales. Este déficit, ha sido financiado sobre todo con la privatización y las remesas enviadas por los inmigrantes guatemaltecos desde EEUU. Los hogares que reciben remesas, principalmente en el área rural, tienden a invertir el dinero en educación o microempresas, más que gastarlo en bienes de consumo. Esto demuestra, que las remesas pueden ser productivas para la economía entera del país. La inversión de las remesas en educación puede incrementar el capital humano y estimular el crecimiento económico. Por lo tanto, cualquier medida para reducir la pobreza en el país, debe tomar en cuenta el impacto de las remesas de modo que las medidas adecuadas. sean implementadas para facilitar el uso productivo de esos recursos.

El desarrollo económico en las áreas rurales es una tarea prioritaria para el gobierno, esto debido a que: “La agricultura y las actividades relacionadas, constituyen una parte importante del PIB y son una fuente de empleo en áreas, en las cuales la mayoría de la población es pobre y en donde existe una elevada dependencia de las remesas.”⁷² La

⁷² Unión Europea, Ob. Cit., Pag. 13



agricultura representa el 38% del empleo total, y aún así no tiene el apoyo necesario para ser explotada y de esta forma beneficiar a este importante sector económico. Este modelo de exportaciones agrarias, adoptado hace varias décadas ha inhibido la producción para el mercado doméstico, lo cual ha llevado a la escasez de alimentos. La producción nacional de productos básicos viene de minifundios, propiedad de pequeños y medianos productores. La pérdida de capital y el régimen agrario vigente limitan el acceso a los factores de producción, como los créditos o la tecnología, lo cual disminuye la productividad. La falta de políticas para estimular la producción y la falta de infraestructura básica para el almacenamiento y la conservación de los productos, aunado a una deficiente infraestructura de carreteras, aumentan los costos de distribución. Por si fuera poco: “Las cláusulas en los Acuerdos de Paz sobre otros aspectos de la reforma agraria tampoco han sido implementadas incluyendo: la elaboración de un código agrario, la revisión del uso de la tierra desocupada y la tierra adquirida de manera ilegal durante el conflicto armado; así como las garantías legales para las tierras comunales de los pueblos indígenas.”⁷³

La situación económica actual por la que atraviesa la mayoría de guatemaltecos es precaria, la falta de oportunidades o los bajos salarios, acompañado del alto costo de la canasta básica, ha hecho que los índices de violencia suban en extremo o que varias personas decidan emigrar a otros países, Estados Unidos principalmente, para alcanzar un mejor nivel de vida.

⁷³ *ibid.* Pág. 16



Lo anterior es resultado del escaso incentivo a los productores por alcanzar nuevos mercados y obviamente por la falta de conocimiento de una legislación, que si bien es cierto ofrece demasiadas dificultades para su implementación, también ofrece resultados jurídicos y económicos certeros, para poder competir con productos a nivel mundial, protegidos con una denominación de origen; la cual no solo estará protegida por la legislación nacional, sino por Tratados y Convenios internacionales que aseguran bloquear la competencia desleal y crear condiciones para que ésta sea aceptada con éxito en otros mercados.

5.3 Ubicación privilegiada geográfica y climática de Guatemala

Guatemala en uno de los países que conforman Centroamérica, está situada entre dos mares: el mar del Caribe al noroeste, y el océano pacífico al sur. Al norte y al oeste limita con México, al sureste con El Salvador y Honduras, y al noreste con Belice. La mayoría de los guatemaltecos vive en los valles de la región volcánica que atraviesa las tierras altas del sur, cerca del litoral pacífico (tres de los volcanes siguen activos en la actualidad). Guatemala posee varios ríos que desembocan en sus dos mares.

La situación geográfica descrita, permite afirmar que Guatemala ocupa una posición geográfica estratégica y de liderazgo a nivel centroamericano, con características que la hacen un mercado atractivo para las exportaciones. Primero, su ubicación geográfica, por un lado con frontera con el NAFTA y por el otro con El Salvador y Honduras.



Segundo, una población de más de catorce millones de habitantes que le permite ser la economía más grande de la región, con un PIB considerable y donde además se desarrolla el 27% del comercio centroamericano.” Por sus características geográficas, Guatemala es un país netamente agrícola, siendo sus principales productos de exportación café, azúcar, banano y cardamomo; y las principales industrias la azucarera, textiles, muebles, industria química y de petróleo y turismo. Este último constituye una importante fuente de divisas para el país; permitiendo que sea un nicho en expansión que se caracteriza por demandar productos de calidad.”⁷⁴

A pesar que Guatemala cuenta con tan trascendentales características geográficas y humanas, se encuentra en el mercado una gran variedad de bienes importados, principalmente de origen estadounidense, mexicano y del resto de países centroamericanos; y esto debido a que los guatemaltecos tienen poco conocimiento de los medios que tienen a su alcance para explotar a un cien por ciento los recursos naturales que tienen a su disposición de manera privilegiada, los cuales son exclusivos y que de hacerse un buen uso, generarían ganancias exageradas, por estar a la altura de otros productos de calidad mundial.

⁷⁴ Pro Chile “Descubra los sabores del Chile”, http://www.prochile.cl/sabores_de_chile/centroamerica/importancia_guatemala.pdf (consultado 18 diciembre 2010)



De acuerdo a Marco Antonio Palacios “La denominación de origen funciona como valor agregado al producto, pues asegura calidad y estabilidad en el producto, además reconoce legalmente lo que socialmente es valorado y otorga el derecho de oponerse a que la denominación de origen se use como marca o bajo otra figura susceptible de engañar al consumidor.”⁷⁵

5.3.1 Ejemplo de la denominación de origen en Guatemala: “Café Antigua”

Las nuevas tendencias en el consumo, se orientan hacia la calidad y especialización de los productos, ya que dichos factores, tienen cada vez más peso en los gustos y preferencias de los consumidores. La denominación de origen es un instrumento de diferenciación, materializado en un certificado que se le otorga a un producto producido en determinado lugar o región, que posea características únicas y especiales derivadas de su lugar de producción, incluyendo en esto los factores humanos o naturales, como el clima, suelo u otra serie de consideraciones de entorno geográfico. “Guatemala, como nación con rica producción agrícola, puede aprovechar la denominación de origen, para el beneficio económico nacional de las áreas de producción y de los productores, aplicándola a sus productos, particularmente al café.”⁷⁶

⁷⁵ Flores Claudia. **Made in Guatemala. Revista el Cafetal**, páginas: 6-8.

⁷⁶ Marín Durán, Sergio Adolfo, **La indicación de procedencia, la denominación de origen y el nombre geográfico en la legislación marcaría y la práctica registral**, pág. 35



La utilización de una denominación de origen, permite acceder a nuevos nichos de mercado, que buscan ofrecer a sus consumidores un producto exclusivo, de excelente calidad, que deleite a sus paladares. La obtención de una denominación de origen no es un proceso fácil, ya que por la garantía y respaldo que dicho certificado da, es necesario cumplir una serie de procedimientos para que la misma sea otorgada. Como ya se analizó anteriormente, dichos procedimientos consisten en realizar un estudio profundo, que compruebe que el producto a certificar, es realmente sujeto de considerarse como único y especial debido a su lugar de producción; para que luego se pueda efectuar el trámite de registro de la denominación de origen, primero a nivel nacional y posteriormente en el plano internacional, debiendo cumplir con lo que estipulen las Leyes nacionales e internacionales en la materia.

El proceso es largo y requiere de mucha coordinación y esfuerzos del grupo que busque el registro de la denominación de origen, pero todos los esfuerzos que se hagan valen el esfuerzo, ya que la misma es considerada como un instrumento jurídico, que protege el lugar y la diferenciación del producto. Asimismo, constituye una garantía para el consumidor y una ventaja competitiva sustentable para el productor, quien con ello se asegura mayor rentabilidad. Por ejemplo, la certificación del “Café de Antigua” como denominación de origen, representa una herramienta de gran valor y utilidad comercial que permitiría potencializar y aprovechar las características únicas y especiales de este tipo de café.



El “Café de Antigua” posee características y atributos únicos que lo han llevado a ser el café guatemalteco más reconocido a nivel mundial. Su sabor inigualable y su excelente y consistente calidad, han permitido que el mismo sea considerado por la Asociación de Cafés Especiales de Estados Unidos (SCAA) como uno de los diez mejores cafés del mundo. El cultivo de café en la región de Antigua Guatemala es una tradición que data de varios años atrás, siendo Antigua Guatemala el lugar de nacimiento de la industria del café en Guatemala. En el año de 1760, los padres jesuitas sembraron la primer planta de café en la región de Antigua, como planta ornamental en sus jardines. Pero fue hasta 1835 cuando se empezó a desarrollar la caficultura en esta región.

La región de Antigua Guatemala se encuentra ubicada en el centro del país, en el departamento de Sacatepéquez, a 45 kilómetros de la ciudad de Guatemala. El “Café de Antigua” es producido en un área privilegiada por su microclima y sus suelos volcánicos. La misma, se encuentra asentada en un valle, el cual está rodeado por los volcanes Acatenango, Agua y Fuego. Dicho valle, tiene la forma de una planicie ligeramente inclinada, desde norte a sur y está rellena con cenizas volcánicas recientes, las cuales por contener diversidad de minerales, presentan una fertilidad óptima para el enriquecimiento del grano de café.

5.3.2 Características únicas y especiales del “Café de Antigua”

El “Café de Antigua” posee características únicas y especiales, las cuales se deben tanto a factores naturales, como humanos. Es importante reconocer estos atributos, ya



que de ellos se derivan las razones, por las que es considerado como un café apto para ser certificado con una denominación de origen.

Dentro de los factores naturales se encuentran los siguientes:

- a) Ricos suelos volcánicos, son arenosos, los cuales gracias a la diversidad de minerales que poseen, permiten una fertilidad óptima para el grano y han creado condiciones y características únicas y especiales. La región está delimitada por tres volcanes de gran magnitud, siendo ellos: Acatenango, Fuego y Agua.
- b) Altura óptima. Las siembras se encuentran a un altura que va desde lo 1400 hasta los 2000 metros sobre el nivel del mar.
- c) Microclima “sub-tropical”, el cual se caracteriza por temperaturas frescas y un largo verano con poca lluvia.
- d) Excelentes características organolépticas y de taza:
 - d.1) En Grano Oro: compacto, de tamaño mediano, de color verde azulado, con una excelente apariencia y uniformidad. Su fisura es completamente corrugada y fisura con forma irregular y cerrada.
 - d.2) En su taza: presenta un excepcional balance de aroma, cuerpo y acidez (persistente pero muy agradable, sin picante ni amargura)

Dentro de los factores humanos se encuentran los siguientes:

- a) El grano es cosechado y seleccionado a mano.

- 
- b) La tradición y experiencia de muchas generaciones de productores de café, ya que el mismo se ha cultivado de la misma manera por más de ciento veinte años
- c) Secado especial, ello consiste en que el café es secado al sol y no por medio de máquinas como ocurre en la mayoría de regiones productoras de café.

Todos estos atributos y características especiales, hacen del “Café de Antigua” un producto único y exclusivo en el mundo, el cual reúne todas las condiciones necesarias para ser protegido y reconocido por medio de una denominación de origen. Para los guatemaltecos, es de gran orgullo contar en nuestras tierras, con un producto de esta naturaleza, por lo cual se debería promocionarlo y protegerlo para así evitar, que sea afectado por imitaciones o falsificaciones que le harían perder su status de producto exclusivo.

En el Libro Verde de ANACAFE, se hace alusión a las características naturales de Antigua Guatemala, de una manera diferente y peculiar: "Suelo volcánico rico en minerales, poca humedad, mucho sol y noches frías caracterizan a esta zona. Cada cierto tiempo, el volcán de Fuego - uno de los tres volcanes activos de Guatemala- agrega una fresca capa de ceniza rica en minerales al suelo de Antigua. La piedra pómez del terreno retiene la humedad, lo que compensa la baja precipitación pluvial. En



Antigua, la sombra es especialmente densa a fin de proteger los cafetos de las heladas ocasionales de la región. " ⁷⁷

5.4 Ventajas de los productos protegidos con una denominación de origen

Guatemala es un país con predominante producción agrícola, que puede aprovecharse para mejorar la economía nacional en general y especialmente de las áreas de producción y de los productores. Un ejemplo claro de esto, es el del café: "Puede dejar de ser exportado bajo una "indicación de procedencia", como se hace con frecuencia (Café de Guatemala), y puede ser introducido al mercado internacional, recurriendo a las peculiares características, que las distintas zonas del país otorgan a este producto guatemalteco." ⁷⁸

Para ello, es necesario que los productores además del aprovechamiento y explotación de los recursos o del conocimiento de las bondades que éstos ofrecen, implementen mecanismos técnicos y jurídicos de alto nivel, para posicionar sus productos a nivel internacional y competir con productos de impacto mundial. En cuanto a los mecanismos jurídicos, las denominaciones de origen son la mejor opción, ya que si bien es cierto el procedimiento para que sea reconocida en el territorio nacional e internacional es extenso, sus beneficios abundan en muchas áreas. A manera de

⁷⁷ Hempstead, William. **Asociación Nacional del Café**, ANACAFÉ, Libro Verde.

⁷⁸ Marín Durán, Sergio Adolfo, **Ob. Cit.**, pág. 59



ejemplo, se puede mencionar que Guatemala ha logrado sobresalir en el ~~mercado~~ internacional, gracias a la excelente calidad del café que comercializa, su calidad ha logrado imprimirse en lugares como China, Estados Unidos y algunos países europeos; esto forjó la necesidad evidente de registrar el café que se comercializa a nivel internacional como denominación de origen, no sólo por el hecho de darle al consumidor certeza sobre su procedencia, sino por garantizar a los productores de cada región del país, que el café que están comercializando a nivel mundial se encuentra protegido contra las malas prácticas comerciales, con las cuales podría afectarsele.

Los beneficios tangibles que podrían derivarse del reconocimiento de una denominación de origen serían básicamente:

- a) El reconocimiento a nivel internacional, debido a los Tratados y Convenios internacionales suscritos para la protección de las denominaciones de origen, no solo en el territorio de donde se encuentran las condiciones para su producción, sino también en territorio extranjero para que de esta forma puedan competir con otros productos y de esta forma ofrecer al consumidor variedad, equilibrando los precios.

- b) La acreditación en organizaciones o instituciones que busquen productos



Certificados, las cuales garantizan al consumidor su calidad y éste puede comprar productos, con la plena confianza que está consumiendo, posiblemente un producto costoso pero de calidad.

- c) Mejor posicionamiento del producto en el mercado extranjero. Debido a los Tratados de libre comercio de los que Guatemala es parte, los productos están protegidos y listos para ser colocados en el mercado internacional, compitiendo con otras denominaciones de origen.
- d) Aceptación en mercados más exigentes. Esto debido al sello de garantía y calidad que brinda una denominación de origen, ya que primero tuvo que pasar un examen extenso, para comprobar que efectivamente tiene características que lo hacen especial.
- e) Fomenta y favorece la organización del sector productivo, porque al momento que una denominación de origen empieza a generar ganancias y posicionamiento a nivel internacional, los productores la protegen de otras que pudieran dar lugar a confusión y al mismo tiempo siguen trabajando arduamente, para que no baje la calidad del producto que se está ofreciendo.
- f) Facilita el acceso de productores a mercados nacionales e internacionales, ya que cuenta con la calidad para competir con productos similares.



- g) Mejora a nivel regional, nacional e internacional la divulgación, promoción y oferta del producto protegido
- h) Proporciona un marco estricto y legal de defensa y protección del producto contra el fraude.
- i) Para los productores representa una ventaja comercial traducida a mayores ingresos, así como una garantía de que su producto estará protegido contra falsificaciones e imitaciones. A manera de ejemplo, en España el queso “Tipo Manchego” cuesta US\$5.71 el kilogramo, mientras que el “Queso Manchengo” con denominación de origen, cuesta US\$10.00 el kilogramo. Otro claro ejemplo del valor que añade la denominación de origen, es el caso del Aceite de Oliva Virgen con denominación de origen, ya que el mismo es 84% más caro que el común.
- j) Para los compradores, la denominación de origen constituye una garantía del origen y de la calidad del producto que ofrecerán a los consumidores, quienes según las tendencias; cada vez se interesan más por la calidad y por la especialización de los productos.

La certificación de origen y calidad, son requisitos exigido por los consumidores de mercados extranjeros. Por lo tanto, se hace necesaria la implementación de las



denominaciones que permitan enfrentar de mejor modo a la competencia. Si bien es cierto, Guatemala no es un país que cuente con tradición respecto al uso de la protección de las denominaciones de origen, se pretende fomentar e incentivar el uso de las mismas para productos o servicios de un determinado origen nacional y de esa forma habilitar el reconocimiento y protección en otros países, sea mediante disposiciones de los acuerdos multilaterales, como el Acuerdo sobre los ADPIC o bien mediante los acuerdos regionales o bilaterales.

5.4.1 Ventajas del uso de las denominaciones de origen para Guatemala

Para Guatemala, la implementación de las denominaciones de origen traería más ventajas que desventajas, esto debido a que como ya se apuntó con anterioridad, las condiciones agroecológicas, la genética de los productos y la cultura local ofrecen una oportunidad para procurar productos con potencial en los mercados internacionales, además de contribuir perceptiblemente a una calidad consistente y constante, a una sólida y garantizada reputación y por tanto, a una consolidación de mercado y del precio superior. Este es sin duda, uno de los aspectos más relevantes para tomar la decisión de estimular y apoyar el logro de las denominaciones de origen para determinados productos.

Teniendo en cuenta que una gran mayoría de la población guatemalteca vive en el área rural y es en esta, donde se producen las condiciones para que los productos tengan características especiales; las denominaciones de origen se consideran adecuadas y



por lo tanto ofrecen ventajas para prácticas habituales en estas regiones, por varias razones. En primer lugar, porque el conocimiento permanece en el dominio público, puesto que ninguna institución (empresa o individuo) ejerce un exclusivo control monopólico sobre el conocimiento y la información incorporada en la denominación de origen. Los derechos son mantenidos a perpetuidad, mientras la vinculación bien-lugar-calidad se mantenga y la indicación no se deje genérica.

En segundo lugar, porque el alcance de la protección es consistente con los derechos culturales y tradicionales, pues las denominaciones de origen son un derecho colectivo “perteneiente” a todos los productores a través de la cadena de abastecimiento que observa los códigos especificados y produce en la región demarcada geográficamente.

Otra ventaja relevante, es el acceso que las denominaciones de origen le darían a los productos guatemaltecos a mercados externos y debido a la protección internacional sólida que se está desarrollando en países europeos, las ventajas son realmente considerables. Por eso: “Es importante que el producto se pueda producir en volumen suficiente y con la continuidad necesaria; y que la organización local tenga la capacidad para promoverlo en el mercado en el que se interesa, en este caso el internacional. Al respecto, debe reconocerse que los productos con denominación de origen se destinan

a mercados nicho, en los que la población por su cultura, preferencias alimenticias y poder adquisitivo pueden pagar un mejor precio por algo “diferente”.⁷⁹



Las investigaciones empíricas, han encontrado que los consumidores “tienen buena disposición a pagar un recargo de precio por un producto amparado bajo una denominación de origen. Sin embargo, el interés no es el “origen” sino las promesas de calidad, que las mismas contienen y que pueden referirse a los distintos atributos de calidad (organolépticos, nutricionales, sociales, y otros). Una encuesta entre consumidores de la UE, llegó a la conclusión de que el 40% de los consumidores, estaba dispuesto a pagar un sobreprecio de 10% por productos garantizados, en cuanto a su origen. Los quesos franceses con denominación de origen se venden con una bonificación de dos euros por kg., en relación a los quesos franceses, sin ésta. El café “Blue Mountain” recibe una bonificación de 14.50 dólares por kg., en relación a los precios de los cafés suaves colombianos.”⁸⁰. Los productores bajo una indicación geográfica, deben considerar la elaboración de una serie de campañas de mensajes, que resalten la conexión entre sus productos y el desarrollo local, el ambiente, etcétera. Es necesario desarrollar un paquete de comunicación separado para los consumidores distantes, donde se exploten otras conexiones e imágenes simbólicas.

⁷⁹ Cafferata, Julio Paz y Pomareda Carlos, Ob. Cit., pág. 15

⁸⁰ Cafferata, Julio Paz y Pomareda Carlos, **Indicaciones geográficas y denominaciones de origen en Centroamérica: situación y perspectivas**, pág. 15.



Las marcas se han logrado, por iniciativa de las empresas y su posicionamiento, es el resultado de sus esfuerzos significativos, para lograr mantener y superar continuamente estándares de calidad, desarrollar productos y hacer la publicidad que asegure preferencias de los consumidores. “La inocuidad de los productos y la calidad en un sentido amplio juegan un papel importante en el posicionamiento de las marcas. Por lo tanto, el éxito de las medidas de política para promover las denominaciones de origen y de esta forma poder ver las ventajas que ofrecen en la realidad, puede depender significativamente de una cuidadosa implementación de estrategias de marketing efectivas para que al igual que las marcas logren tener un impacto en la economía y con los consumidores, para que éstos prefieran sus productos.”⁸¹

5.5 Causas de la falta de registro de las denominaciones de origen ante el registro de la propiedad intelectual

La supervivencia y el desarrollo de las denominaciones de origen, parecen depender de la resolución de dos problemas básicos, pero muy interrelacionados: la comercialización y la financiación. El punto de partida de ambos es, probablemente, la “supuesta” falta de efectividad de las denominaciones de origen. Ésta se identifica, por el elevado porcentaje de productores que parecen no creer en su propio producto, vendiendo parte de su producción, sólo bajo su propio nombre.

⁸¹ Ibid. Pág. 4



Más que un problema de poco atractivo de las denominaciones de origen, la causa de esta situación, parece deberse a la búsqueda de utilidad donde menos probable es que la tenga: en el mercado local. Y esto se debe, a los productores “ficticios”, es decir, aquéllos que sólo están adscritos porque no les supone coste alguno y venden toda su producción a nivel local, los que no están interesados en pertenecer a la denominación de origen, ya que para ellos el desarrollo de su reputación individual constituye una mejor estrategia. “Y es que cabe destacar que las denominaciones de origen son más valoradas como señal por los consumidores fuera de la zona de producción, puesto que allí es menos probable que la reputación de los productores individuales sea de utilidad. Es necesario, por tanto, que los esfuerzos en comercialización se dirijan a esas zonas.”⁸²

Otra causa y desde mi punto de vista la fundamental, es la ignorancia de los productores en cuanto a los beneficios de las denominaciones de origen y por consiguiente de la legislación que las regula. Como ya se trato con anterioridad, tanto la legislación nacional como la internacional, brindan un marco jurídico completo, donde tanto productores como consumidores, se ven beneficiados por los parámetros de certeza que la misma brinda. En países donde se conoce la legislación y se implementan las denominaciones de origen en toda su expresión, como en el caso del café local, por mencionar el ejemplo más representativo; hay redes de expertos catadores, especialistas en denominaciones de origen, abogados especializados en

⁸² Fernández Barcala Marta y González Díaz Manuel. **Los Indicadores Geográficos Como Garantía de Calidad: Organización y Perspectivas en el Sector Agroalimentario**, pág.18.



legislación internacional, en sistemas de beneficio del grano y como resultado de procesos de capacitación, han habido publicaciones de libros que tratan exclusivamente los procesos, para la obtención del reconocimiento de una denominación de origen.

Generalmente estas publicaciones , tratan temas como: “Qué es la denominación de origen, análisis de la calidad del producto, lo mismo que guías de buenas prácticas agrícolas para la producción primaria y para el beneficio; también los resultados de varias investigaciones de mercado que detallan las oportunidades comerciales de este tipo de productos en varios países de la Comunidad Europea.”⁸³

Se debe trabajar ardua y organizadamente si se quiere competir a nivel internacional. Los esfuerzos aislados quizá traigan algún beneficio a corto plazo, pero solo el trabajo de una comunidad organizada y bien asesorada jurídicamente, podrá colocar productos en el mercado internacional. Julio Cafferata y Carlos Pomareda lo expresan así: “Realmente la falta de organización de los productores y la falta de compromiso de lograr un “producto homogéneo” limitan los avances que la economía podría tener, estancando a los productores al alcance del mercado local solamente, sumiéndolos en el conformismo; cuando las denominaciones de origen bien implementadas ofrecen abrir las puertas a un mercado exitoso.”⁸⁴

⁸³ Domínguez, Juan Carlos, “Centroamérica busca su denominación de origen en la producción del café” <http://m.e-ltiemipo.com/economia/centroamerica-busca-denominacion-de-origen-en-cafe/8122500> (18 de enero 2011)

⁸⁴ Cafferata Paz Julio y Pomareda Carlos, **Ob. Cit.**; pág.23



Tratando el tema desde un punto de vista más amplio, se considera que el comercio de Centroamérica, con el mundo y con la Unión Europea, influye mucho en la poca utilización de denominaciones de origen en Guatemala. Esto, debido a que el número de las denominaciones actuales o potenciales, es muy reducido. Las importaciones provenientes de la Unión Europea de quesos, vinos y licores, que constituyen los principales tipos de productos, protegidos con denominaciones de origen en Europa, sobrepasan al 1% del total de las importaciones agroalimentarias de la región y constituyen menos de la cuarta parte del total de importaciones de dichos rubros, hechas por los países centroamericanos. Una cantidad importante del comercio de importación, registrado en estos productos corresponde a comercio intra-regional, especialmente en el caso de quesos. “En la actualidad, muy pocas personas en centroamérica conocen a profundidad lo que hay que saber al respecto y aquellas pertenecientes a los círculos de potenciales beneficiarios o afectados que pueden tener algún conocimiento sobre el tema, es también reducido. Los esfuerzos de acreditación, registro y protección, conciliación y resolución de controversias, etc., deben darse en el contexto de la organización internacional y en un marco de disposición al cambio y crecimiento, de lo contrario será muy difícil que se pueda llegar a la correcta y sólida implementación de las denominaciones de origen. Al respecto, es preciso tener la capacidad económica para poder tener esta participación en forma efectiva y el conocimiento debe nutrirse a partir de la revisión de las normas y de las experiencias de otros países.”⁸⁵

⁸⁵ *Ibid*, pág.17



Ya es hora de dejar a un lado los paradigmas de inferioridad o el enfoque en las desventajas, que siempre han paralizado a los guatemaltecos. Se cuenta con las condiciones necesarias, entornos geográficos privilegiados, gente trabajadora, un clima inigualable y suelos envidiados por cualquier otro país; características suficientes para trabajar en productos que compitan a nivel internacional, amparados con una denominación de origen, al igual que los más reconocidos quesos, cafés o vinos en el mundo entero. El desarrollo de Guatemala no se va a dejar esperar, en cuanto se trabaje con dedicación y empeño por el bien de todos y de una manera organizada.





CONCLUSIONES

1. El régimen legal de las denominaciones de origen en Guatemala, se encuentra constituido por la Ley de Propiedad Industrial y su Reglamento a nivel nacional, por las disposiciones pertinentes del Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial y del Acuerdo sobre los ADPIC a nivel internacional; y por los Tratados de Libre Comercio concluidos por Guatemala con México y Chile a nivel bilateral.

2. Las nuevas tendencias del mercado, muestran que las preferencias de los consumidores se orientan hacia la calidad y especialización de los productos. Esto debido, a que cada vez son más los productos que están en el mercado y la competencia ha hecho que el consumidor tenga más opciones y sea más exigente; eligiendo minuciosamente el producto que consumirá, no importando que tenga que pagar un precio alto, si éste satisface sus estándares de calidad.

3. La calidad y especialización en la producción y sabor del café, son factores clave para sobrevivir en el mercado internacional, el cual se vuelve cada vez más competitivo. Esta, es una de las razones por las cuales “Café de Antigua Guatemala” ha obtenido su denominación de origen, ya que cuenta con estándares de calidad basados en su sabor único y características inigualables que lo colocan en un mercado donde ha tenido aceptación.

4. La denominación de origen del Café de Antigua Guatemala, representa mayores ganancias para los productores de café de dicha región, lo que contribuye grandemente a la economía nacional. Al mismo tiempo, conforma un modelo para que otros productores de diferentes sectores económicos se organicen y de esta forma coloquen más productos guatemaltecos protegidos con una denominación de origen a nivel internacional.

5. Las denominaciones de origen no se utilizan en Guatemala, debido a la ignorancia de los productores, quienes no conocen los beneficios que éstas ofrecen y debido a la falta de asesoría jurídica y falta del interés del Estado para promover el desarrollo. Todo esto, porque este tema no es dominado por un amplio sector de los profesionales del derecho, lo que hace que no se conozca a profundidad el alcance que tienen y las incidencias del procedimiento para que éste sea más ágil.

6. El área rural es de los sectores más pobres del país, porque no se realiza ningún tipo de inversión para promover su desarrollo, ni se le brinda la importancia debida. Es por esta razón, que las denominaciones de origen son una forma de incentivar al sector agrícola a trabajar de manera organizada y de esta forma incrementar el nivel de calidad de su producción.

RECOMENDACIONES



1. ANACAFE debe promover la obtención de la denominación de origen en otras regiones productoras de café, tomando como modelo la región de Antigua Guatemala y los resultados, tanto pecuniarios como de prestigio y reconocimiento, que se han obtenido por la utilización de la denominación de origen de "Café de Antigua Guatemala"
2. El Ministerio de Economía debe establecer normas y parámetros de seguimiento, para evaluar las nuevas tendencias del mercado, que permitan ser competitivos e innovadores. Todo esto, con el fin de analizar el mercado internacional previamente y de esta forma conocer los aspectos que se deben tratar, en cuanto a la colocación de una denominación de origen nacional en este difícil mercado.
3. El Congreso de la República debe reformar la Ley de Propiedad Industrial, hacer más sencillo el procedimiento de registro e inscripción de las denominaciones de origen y facultar al Estado para que realice dicho procedimiento para promover el desarrollo económico del país.

- 
4. Incentivar a través del Ministerio de Alimentación, Ganadería y Agricultura a los productores de todas las regiones, que cuenten con capacidad productiva y condiciones geográficas privilegiadas, para que se organicen de tal manera que puedan colocar sus productos a nivel internacional, protegidos con una denominación de origen.

 5. El Ministerio de Alimentación, Ganadería y Agricultura debe informar a los diferentes productores que se dediquen a la elaboración de productos con las características necesarias para competir a nivel internacional, de las múltiples ventajas que ofrecen las denominaciones de origen, para que con éstas promuevan el desarrollo económico del país.

 6. El Registro de la Propiedad Intelectual, debe crear una oficina para prestar asesoría jurídica gratuita, a quienes quieran inscribir una denominación de origen, para que el procedimiento en la medida de lo posible sea ágil, pero riguroso y así proteger los intereses de los productores y consumidores.

 7. El Estado de Guatemala debe buscar la forma para realizar el procedimiento de inscripción más sencillo y eficiente, para beneficiar a los productores y colocar de esta manera sus productos a nivel internacional.

BIBLIOGRAFÍA



“Acuerdos Comerciales Internacionales” <http://www.aduana.gob.bo/conveniosinternacionales/asinterconvenios/cdcd///Organizaciónmundialdelcomercio//> (24 septiembre 2010)

“Antecedentes de las denominaciones de origen en el plano internacional”, http://www.Yravedra.com/doc/DDOO_3.pdf (18 de noviembre 2010)

AREAN LALIN, Manuel. Definición y protección jurídica de las Indicaciones Geográficas. Actas de derecho industrial, 1991-1992.

ASENCIO, Pedro A. Contratos internacionales sobre propiedad industrial. Madrid, España: Ed. Civitas, 1995.

BAYLOS CORROZA, Hermenegildo. Tratado de derecho industrial. 2ª. ed.; Madrid, España: Ed. Civitas, 1993.

CAFFERATA, Julio Paz y Pomareda Carlos. Indicaciones geográficas y denominaciones de origen en Centroamérica: situación y perspectivas. Publicado por Centro Internacional para el Comercio y el Desarrollo Sostenible, San Francisco, California, USA, 2009.

CASADO CERVIÑO, Alberto. GATT y propiedad industrial. Madrid, España: Ed. Tecnos, 1994.

CASADO CERVIÑO, Alberto. La protección de las indicaciones geográficas en el acuerdo TRIP's en los derechos de propiedad intelectual en la organización mundial del comercio. Tomo I, Madrid, España: (s.e.), 1997.



CASCANTE, Maricela. **“Concentración de queserías en las faldas del Volcán Turrialba”**. Proyecto SIAL, Universidad Nacional y PRODAR, Heredia, Costa Rica, Febrero 2003.

CORNISH William y David Llewelyn. **Intellectual Property: Patents, copyrights, trademarks and allied rights**. 6ª. ed.; (s.l.i.) Ed. Thomson, 2010.

DE SOLÁ CAÑIZARES, Felipe. **Tratado de Derecho Comercial Comparado**. 3 t.; Barcelona, España: Ed. Montaner y Simón, 1962.

DEL ROSARIO MARTÍNEZ María, **“Observancia relativa a propiedad intelectual”**
www.gestiopolis.com/...2 /propiedad-intelectual-comercio-internacional.ppt
(24 octubre 2010)

DEMSETZ Harold, **Hacia una Teoría de los Derechos de Propiedad**. páginas 80; Asociación Americana de Economistas, mayo 1967.

“Denominaciones de origen III”, http://www.yravedra.com/doc/DDOO_3.pdf (18 de noviembre 2010)

Encuesta nacional de empleo e ingresos. <http://www.ine.gob.gt/np/>. (12 de diciembre 2011)

FERNÁNDEZ BARCALA Marta y González Díaz Manuel. **Los indicadores geográficos como garantía de calidad: Organización y perspectivas en el sector agroalimentario**. Revista asturiana de economía. No. 22, 2001.

FERRERAS PÉREZ, Susana. **Seminario subregional sobre la protección legal de las denominaciones de origen, su uso e importancia económica para países centroamericanos**. Guatemala, julio, 2000.



FLORES GONZÁLEZ, Marco. **La protección jurídica para el cacao fino y de aroma del Ecuador.** Universidad Andina Simón Bolívar, Quito, Ecuador: Ed. Ediciones Abya-Yala, 2007.

FLORES, Claudia. **Made in Guatemala.** Revista el Cafetal. Vol.3, (junio-septiembre 2001)

GARCÍA MUÑOZ-NÁJAR, Luis Alonso. **Taller de la OMPI sobre signos distintivos como herramienta de competitividad empresarial. Lineamientos generales en relación con la declaración de protección y la autorización de uso de una denominación de origen,** Guatemala, febrero, 2006.

GARCÍA SOLÉ, Fernando y Gomez Gállico Francisco Javier. **Derecho de los Bienes Muebles y Financiación y Garantías en la Contratación Mobiliaria.** Barcelona, Madrid: Ed. Ediciones Jurídicas y Sociales, 2002.

GRANADOS ROJAS, Leonardo Gabriel. **Indicaciones geográficas y denominaciones de origen, un aporte para su implementación en Costa Rica.** Ministerio de Agricultura y Ganadería, *San José de Costa Rica, Febrero, 2004.*

GUZMÁN LÓPEZ Clara, **“Convenio de París para la protección de la propiedad industrial”** http://www.edición.unam.mx/html/3_3_1.html (5 de octubre 2010)

HEREDERO, María Isabel. **La Organización Mundial de Comercio. Antecedentes, Situación y Perspectivas.** Revista de economía mundial, universidad autónoma de Madrid. No.1 (Enero 2001)

JÁUREGUI G. Alejandro, **“Algunas reflexiones sobre la situación económica latinoamericana”** [http://www.gestiopolis.com/canal es/ economia/ articulos /no %206/Reflexionlatina.htm](http://www.gestiopolis.com/canal%20es/economia/articulos/no%206/Reflexionlatina.htm). (13 de noviembre 2010)

LEDESMA, Julio C. **Derecho penal industrial (Exégesis de los bienes protegidos)**.
Buenos Aires, Argentina: Ed. Depalma S.R.L., 1987.



LEGENDRE Gislaine, **Las Apelaciones de origen en Francia y el instituto nacional de apelaciones de origen (INAO). Primer seminario internacional de denominaciones de origen**, Buenos Aires, Argentina; 1995.

LLOBREGAT HURTADO, María Luisa. **Temas de propiedad industrial**. 2ª. ed.;
Madrid, España: Ed. La Ley, 2007.

LÓPEZ APARICIO, Tito Antonio. **Medios alternativos de solución de conflictos**.
Santa Cruz, Bolivia, 2001.

LÓPEZ BENÍTEZ, Mariano. **Las denominaciones de origen**. Barcelona, España: Ed. Cedecs, 1996.

LUNA RODRÍGUEZ, Carlos Vladimir. **Las denominaciones de origen, importancia de su tutela y protección**. Actualidad Jurídica, Tomo 167. Gaceta Jurídica S.A.
Lima, octubre de 2007

MARÍN DURÁN, Sergio Adolfo. **La indicación de procedencia, la denominación de origen y el nombre geográfico en la legislación marcaría y la práctica registral**, Universidad Rafael Landívar, Guatemala, 1997.

M. SHERWOOD, Robert. **Propiedad intelectual y desarrollo económico**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Heliasta S.R.L., 1992

MASOUYE Claude. **Introducción al derecho de autor. Revista mexicana de la propiedad industrial y artística**. México: Ed. Libros de México, 1981.

FERNANDEZ NOVOA, Carlos. **La protección internacional de las denominaciones geográficas de los productos**. Madrid, España: Ed. Tecnos, 1970.



ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL –OMPI- **Curso Regional de la OMPI Sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos para países de América Latina**. Montevideo, Uruguay; 1997.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL –OMPI- **Seminario subregional sobre la protección legal de las denominaciones de origen su uso e importancia económica para países centroamericanos**. Guatemala, Guatemala, 2000.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL –OMPI- **Simposio sobre la protección integral de las indicaciones geográficas**. Montevideo, Uruguay, 2001.

ORTS Vicente y Suárez Celestino, **La Ronda Uruguay y la Organización Mundial de Comercio**. *Revista Papeles de Economía Española*. No. 66, (enero 1996)

OTAMENDI, Jorge. **Derecho de marcas**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Abeledo-Perrot, 1989.

Página Oficial de la Organización Mundial del Comercio, [http://www.wto.org/ spanish /thewt _s/whatis _s.htm](http://www.wto.org/spanish/thewt_s/whatis_s.htm). (18 de septiembre de 2010).

Pro Chile “**Descubra los sabores del Chile**”, [http://www.prochile.cl/sabores _de _chile /centroamerica /importan cia_guatemala .pdf](http://www.prochile.cl/sabores_de_chile /centroamerica /importan cia_guatemala .pdf) (consultado 18 diciembre 2010)



RANGEL MEDINA, David. **El acuerdo de Marrakech por el que se establece la OMC y el acuerdo sobre los derechos de propiedad intelectual (TRIPS)**. Revista Jurídica: Anuario del departamento de derecho de la universidad iberoamericana A.C. Vol.26, (Noviembre 1996).

RANGEL MEDINA, David. **Revista mexicana de la propiedad industrial**. Ed. Libros de México, 1971.

RANGEL MEDINA, David. **Derecho de la propiedad intelectual e industrial**. 2ª. ed.; México Distrito Federal, México (s.e.), 1992.

RAMIREZ GAITAN, Daniel Ubaldo. **Introducción a la propiedad intelectual**. Guatemala, Guatemala: (s.e.), 2009.

ROJINA VILLEGAS, Rafael. **Derecho civil mexicano: bienes, derechos reales, propiedad intelectual y posesión**. 3t.; 8ª. ed.; México: Ed. Porrúa, 1995.

SAINT-GAL, Yves, **Asociación Internacional Para la Protección de la Propiedad Industrial. II Cursillo sobre Propiedad Industrial**, Grupo español de la A.I.P.P.I. Barcelona, Octubre – diciembre 1969.

SPECTOR, Horacio M. **Derechos Intelectuales**. Buenos Aires, Argentina: Ed. Astrea de Alfredo y Ricardo Depalma, 1988.

TAMAMES GOMEZ, Ramón y Huerta Begoña. **Estructura Económica Internacional**. 2ª. ed.; Madrid, España: Ed. Alianza, 2010.

TORRES SAGAL, Oscar, **“La Protección del secreto empresarial en la ley de propiedad industrial”** http://www.torreszagal.cl/descargas/articulo_proteccion_secreto_em_presarial.pdf (2 noviembre 2010)



ULRICH UCHTENHAGEN, Curso Regional de la OMPI Sobre Derecho de Autor y Derechos Conexos para países de América Latina, Punta del Este. Montevideo, Uruguay, 1997.

V. DELGADO, Antonio. Propiedad intelectual: Curso de la OMPI sobre derecho de autor y derechos conexos. Panamá, 1994.

Legislación:

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

Código Civil. Enrique Peralta Azurdia, Jefe de Gobierno de la República de Guatemala, Decreto Ley 106, 1964.

Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos. Congreso de la República de Guatemala. Decreto 33-98. 1998; con las últimas modificaciones introducidas por el Decreto 56-2000.

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

Reglamento de la Ley de Propiedad Industrial. Ministerio de Economía. Acuerdo Gubernativo 89-2002, 2002.

Reglamento de la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos. Ministerio de economía. Acuerdo gubernativo 233-2003, 2003.

Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC). Anexo 1C del Convenio por el que se crea la OMC, 1994.

Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, 1979.

