CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Gaceta Parlamentaria

Año XXI	Palacio Legislativo de San Lázaro, jueves 1 de marzo de 2018	Número 4976-XI

CONTENIDO

Dictámenes para declaratoria de publicidad

De la Comisión de Economía, con proyecto de decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial

Anexo XI

Jueves 1 de marzo

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

COMISIÓN DE ECONOMÍA

DICTAMEN DE LA COMISIÓN DE ECONOMÍA CON PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

HONORABLE ASAMBLEA:

A la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados de la LXIII Legislatura del Honorable Congreso de la Unión, le fue turnada para su estudio y dictamen la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

Esta Comisión Legislativa, con fundamento en lo dispuesto por los artículos 39, numeral 2, fracción XXII, y 45, numeral 6, incisos e) y f), de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, y 68, 80, numeral 1, fracción II, 82, numeral 1, 85, numeral 1, 157, numeral 1, fracción I, y 158, numeral 1, fracción IV, del Reglamento de la Cámara de Diputados, se abocó al estudio y discusión del proyecto de Iniciativa que se menciona, y conforme a las consideraciones y a la votación que realizaron sus integrantes, somete a consideración de esta Honorable Asamblea el siguiente:

Declaratoria de Publicidad.
Marzo 1° del 2018

DICTAMEN

I. ANTECEDENTES

PRIMERO. - El 4 de enero de 2018, el Diputado Jorge Enrique Dávila Flores del Grupo Parlamentario del Partido Revolucionario Institucional, en ejercicio de la facultad conferida en el artículo 71 fracción II y 78 fracción III, de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, y 6, numeral 1, fracción I, 77, 78 y demás aplicables del Reglamento de la Cámara de Diputados, presentó ante la Comisión Permanente del Congreso de la Unión, la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

SEGUNDO. - El 4 de enero de 2018, la Presidencia de la Mesa Directiva de la Comisión Permanente del Honorable Congreso de la Unión turnó la propuesta a la Comisión de Economía de la Cámara de Diputados para dictamen.

TERCERO. - El 15 de enero de 2018, la Comisión de Economía recibió, mediante oficio D.G.P.L. 63-II-7-2953, la iniciativa en comento.

CUARTO. - El 19 de enero de 2018, la Junta Directiva de la Comisión de Economía solicitó prórroga para emitir dictamen a la Mesa Directiva de la Cámara de Diputados.

II. OBJETO DE LA INICIATIVA

La iniciativa tiene como objeto modificar el concepto de marca en la Ley de la Propiedad Industrial y ampliar la protección de las marcas colectivas, así como incluir las marcas de certificación, en consonancia con los compromisos internacionales que ha suscrito México.

TEXTO VIGENTE	PROPUESTA DE LA INICITIVA	MODIFICACIÓN DE LA DICTAMINADORA
Artículo 58.- El interesado tendrá un plazo adicional de dos meses para cumplir los requisitos a que se refieren los artículos 44, 50, 55 y 57 de esta Ley, sin que medie solicitud y comprobando el pago de la tarifa que corresponda al mes en que se dé cumplimiento.	**Artículo 58.-** ...	...
El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.	El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día **hábil** siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.	...
La solicitud se tendrá por abandonada si el solicitante no da cumplimiento a los requerimientos formulados, dentro del plazo inicial o en el adicional previsto en este artículo; o no presenta el comprobante de pago de las tarifas correspondientes.	...	...
Artículo 87.- ~~Los industriales, comerciantes o prestadores de servicios~~ podrán hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.	**Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá** hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.	...
Artículo 88.- Se entiende por marca a todo signo ~~visible~~ que distinga productos o servicios de	**Artículo 88.-** Se entiende por marca todo signo **perceptible por los sentidos y susceptible de**	**Artículo 88.-** Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de

otros de su misma especie o clase en el mercado.	**representación gráfica**, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.	**representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección**, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.
Artículo 89.- Pueden constituir una marca los siguientes signos:	**Artículo 89.-** ...	...
I.- ~~Las denominaciones y figuras visibles, suficientemente distintivas, susceptibles de identificar los productos o servicios a que se apliquen o traten de aplicarse, frente a los de su misma especie o clase;~~	**I.- Las letras, números, denominaciones, elementos figurativos y combinaciones de colores;**	**I.-** Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, **así como los signos holográficos**;
II.- Las formas tridimensionales;	**II.-** ...	...
III.- Los nombres comerciales y denominaciones o razones sociales, siempre que no queden comprendidos en el artículo siguiente, y	**III.-** ...	...
IV.- El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado.	**IV.-** El nombre propio de una persona física, siempre que no se confunda con una marca registrada o un nombre comercial publicado;	...
Sin correlativo	**V.-** Los sonidos;	...
Sin correlativo	**VI.-** Los olores;	...
Sin correlativo	**VII.- La pluralidad de elementos operativos** ~~o de imagen~~**, incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque e la decoración que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado; y**	**VII.-** La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, **entre otros**, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración **o cualquier otro** que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado; y
Sin correlativo	**VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.**	...
Artículo 90.- No serán registrables como marca:	**Artículo 90.-** ...	...
~~I.- Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales animadas o cambiantes,~~ que se	**I.-** ~~Los signos animados o cambiantes, que se expresan de manera dinámica, aun cuando~~	**I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así**

expresan de manera dinámica, aun cuando sean ~~visibles;~~	~~sean perceptibles por los sentidos;~~	**como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;**
II.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden ~~ampararse~~ con la marca, así como aquellas ~~palabras~~ que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en la ~~designación usual o genérica~~ de los mismos;	**II.-** ~~Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas frases, denominaciones o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;~~	**II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad; así como, la forma usual y corriente de los productos o servicios, o; la impuesta por su naturaleza o funcionalidad;**
III.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de ~~originalidad que las distinga fácilmente~~, así como la forma usual y corriente de los productos o la impuesta por su naturaleza o función industrial;	**III.-** ~~Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de distintividad, así como la forma usual y corriente de los productos o servicios, o la impuesta por su naturaleza o función industrial;~~	**III.- Los holograma**s **que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;**
IV.- ~~Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales~~ que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como marca. Quedan incluidas en el supuesto anterior las palabras descriptivas o indicativas que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o la época de producción;	**IV.-** Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que ~~traten de protegerse como marca.~~ Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o **servicios**;	**IV.-** Los signos que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que **pretenden distinguir**. Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;
V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de ~~elementos tales~~	**V.-** Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o	...

~~como~~ signos, ~~diseños o denominaciones~~, que les den un carácter distintivo.	acompañados de **otros signos** que les den un carácter distintivo;	
VI.- La traducción ~~a otros idiomas,~~ la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables;	VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, **así como la transliteración de signos no registrables;**	...
VII.- Las que reproduzcan o imiten, sin autorización, escudos, banderas o emblemas de cualquier país, Estado, municipio o divisiones políticas equivalentes, así como las denominaciones, siglas, símbolos o emblemas de organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;	VII.- ~~Las que reproduzcan o imiten~~, sin autorización, escudos, banderas o emblemas de cualquier país, Estado, municipio o divisiones políticas equivalentes, así como las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas **o cualquier otro signo** de organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o de cualquier otra organización reconocida oficialmente, así como la designación verbal de los mismos;	**VII.- Los signos que,** sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, estado, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier otro signo **de instrumentos internacionales**, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;
VIII.- Las que reproduzcan o imiten signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un estado, sin autorización de la autoridad competente, o monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;	VIII.- Las que reproduzcan o imiten signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un Estado, sin autorización de la autoridad competente, o monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;	...
IX.- ~~Las~~ que reproduzcan o imiten los nombres o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos reconocidos oficialmente;	IX.- **Los signos** que reproduzcan o imiten los nombres, **signos** o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;	...
X.- Las denominaciones geográficas, propias o comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos,	X.- ...	...

cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia;		
XI.- Las denominaciones ~~de~~ poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos, ~~excepto los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y se tenga el consentimiento del propietario;~~	XI.- Las denominaciones **o signos que identifiquen** poblaciones o lugares que se caractericen por la fabricación de ciertos productos, para amparar éstos. **Así como aquellos** que se **acompañen de expresiones tales como "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;**	XI.- Las denominaciones **de origen, indicaciones geográficas**, denominaciones o signos **de lugares,** que se caractericen por la fabricación **o producción** de ciertos productos **o la prestación de ciertos servicios; así** como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;
XII.- Los nombres, ~~seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, en su orden, del cónyuge, parientes consanguíneos en línea recta y por adopción, y colaterales, ambos hasta el cuarto grado;~~	XII.- Los nombres **de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles, a menos que se tenga el consentimiento del propietario;**	XII.- Los nombres de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles **y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin** el consentimiento del propietario;
XIII.- ~~Los títulos de obras intelectuales o artísticas, así como los títulos de publicaciones y difusiones periódicas, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización,~~ los nombres ~~artísticos y las denominaciones de grupos artísticos; a menos que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente~~;	XIII.- **Los nombres, apellidos, seudónimos, ~~firmas y retratos~~ de personas, sin consentimiento de los interesados o, si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente~~;~~**	XIII.- Los nombres, apellidos, **apelativos o** seudónimos de personas **que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o** exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el derecho correspondiente.
Sin correlativo	Sin correlativo	**Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente;**

XIV.- ~~Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, susceptibles de engañar al público o inducir a error, entendiéndose por tales las que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes o cualidades de los productos o servicios que pretenda amparar;~~	XIV.- La reproducción o imitación de obras ~~intelectuales~~ o artísticas, así como ~~los títulos de publicaciones y difusiones periódicas~~, los personajes ficticios o simbólicos, los personajes humanos de caracterización, los nombres artísticos y las denominaciones de grupos artísticos; a menos que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente;	XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.
Sin correlativo	Sin correlativo	Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.
Sin correlativo	Sin correlativo	Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;
XV.- ~~Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales, iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas a cualquier~~ producto o servicio.	XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error~~,~~ entendiéndose por tales los que constituyan falsas indicaciones sobre la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial de los productos o servicios que ~~pretenda amparar la marca cuyo registro se solicita:~~	XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;
~~Este impedimento procederá en~~ cualquier ~~caso en que el uso de~~ la marca cuyo registro se solicita:		

a) ~~Pudiese~~ crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida; ~~o~~	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
b) ~~Pudiese~~ constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida; ~~o~~	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
c) ~~Pudiese~~ causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida; o	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
d) ~~Pudiese~~ diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida~~, y~~	El contenido pasa a la fracción XVI.	El contenido pasa a la fracción XVI.
~~XV.- BIS. Las denominaciones, figuras o formas tridimensionales~~, iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del ~~c~~apítulo II BIS, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.	**XVI.- Los signos iguales o semejantes a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, para ser aplicadas** a cualquier **producto o servicio, cuando** la marca cuyo registro se solicita pudiese:	**XVI.-** Los signos iguales o semejantes **en grado de confusión** a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, **en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto**, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:
Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa~~.~~	**a) Crear** confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;	...
	b) Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;	...
	c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida; o	...
	d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.	...
	Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;	...
XVI.- ~~Una marca que sea idéntica~~ o semejante en grado de confusión a otra en trámite de	**XVII.- Los signos** ~~iguales~~ o semejantes en grado de confusión a una marca que el	**XVII.-** Los signos **idénticos** o semejantes en grado de confusión a una marca que el

registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. ~~Sin embargo, sí podrá registrarse una~~ marca ~~que sea idéntica a~~ otra ya registrada, ~~si la solicitud es planteada~~ por el mismo titular, para ~~aplicarla~~ a productos o servicios ~~similares~~, y	Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.	Instituto estime o haya declarado famosa en términos del Capítulo II BIS, **del Título Cuarto**; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.
Sin correlativo	**Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa**;	...
XVI.- ~~Una marca que sea idéntica~~ o semejante en grado de confusión a otra en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. ~~Sin embargo, sí podrá registrarse una~~ marca ~~que sea idéntica a~~ otra ya registrada, ~~si la solicitud es planteada~~ por el mismo titular, para ~~aplicarla~~ a productos o servicios ~~similares~~, y	**XVIII.-** Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;	**XVIII.- Los signos idénticos** o semejantes en grado de confusión, a **una marca** en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;
XVII.- ~~Una marca que sea idéntica~~ o semejante en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre	**XIX.- Los signos** que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si	...

comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado.	no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;	
Sin correlativo	**XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios, y**	...
Sin correlativo	**XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten variedades vegetales protegidas, ~~e~~ razas animales.**	**XXI.-** Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, **así como** las razas de animales, **que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y**
Sin correlativo	Sin correlativo	**XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.**
Sin correlativo	**No será aplicable lo dispuesto por las fracciones II, III y IV del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio ~~en el territorio nacional.~~**	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, **V y VI** del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.
Sin correlativo	Sin correlativo	**No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo**

		del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiendo que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.
Sin correlativo	**No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII y XIX del presente artículo, cuando se exhiba el ~~convenio de coexistencia~~, de conformidad con el reglamento de esta Ley.**	No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y **XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión** del presente artículo, cuando se exhiba el **consentimiento expreso, por escrito**, de conformidad con el reglamento de esta Ley.
Capítulo II De las Marcas Colectivas	Capítulo II De las Marcas Colectivas **y de Certificación.**	Capítulo II De las Marcas Colectivas **y de Certificación.**
Artículo 96.- ~~Las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes,~~ comerciantes o prestadores de servicios, legalmente constituidas, podrán solicitar el registro de marca colectiva para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros respecto de los productos o servicios de terceros.	**Artículo 96.-** Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros **siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas** respecto de los productos o servicios de terceros.	...
Sin correlativo	**Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".**	...
Artículo 97.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso~~.~~	**Artículo 97 BIS.-** Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, **que contendrán lo siguiente:**	...
Sin correlativo	**I.-** El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;	...
Sin correlativo	**II.-** ~~El signo~~ de la marca;	**II.- La representación de la** marca;

Sin correlativo	**III.-** Los productos o servicios a que se aplicará la marca;	...
Sin correlativo	**IV.-** Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;	...
Sin correlativo	**V.-** Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o ~~envasamiento~~;	**V.-** Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o **envasado**;
Sin correlativo	**VI.-** La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;	...
Sin correlativo	**VII.-** Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;	...
Sin correlativo	**VIII.-** Las sanciones para el caso de incumplimiento ~~a~~ las reglas de uso;	**VIII.-** Las sanciones para el caso de incumplimiento **de** las reglas de uso;
Sin correlativo	**IX.-** La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y	...
Sin correlativo	**X.-** Las demás que estime pertinentes el solicitante.	...
Sin correlativo	En el caso de la IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la **fracción** IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.
Artículo 98.- La marca colectiva no podrá ser transmitida a terceras personas ~~y~~ su uso ~~quedará~~ reservado a los miembros de la asociación.	**Artículo 97 BIS 1.-** La marca colectiva no **será objeto de licencia, ni** podrá ser transmitida a terceras personas, **quedando** su uso reservado a los miembros de la asociación **o sociedad**.	...
Las marcas colectivas se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.	...	...
Sin correlativo	**Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido**	...

	certificadas por su titular, tales como:	
Sin correlativo	I.- Los componentes de los productos;	...
Sin correlativo	II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;	...
Sin correlativo	III.- La calidad u otras características de los productos o servicios, y	III.- La calidad, **procesos** u otras características de los productos o servicios, y
Sin correlativo	IV.- El origen geográfico de los productos.	...
Sin correlativo	Artículo 98 A.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.	...
Sin correlativo	En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.	...
Sin correlativo	Artículo 98 A-1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.	...
Sin correlativo	Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:	...

Sin correlativo	I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;	...
Sin correlativo	II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;	...
Sin correlativo	III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y	...
Sin correlativo	IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.	...
Sin correlativo	Artículo 98 A-2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:	...
Sin correlativo	I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;	...
Sin correlativo	II.- ~~El signo~~ de la marca;	II.- La representación de la marca;
Sin correlativo	III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres ~~específicos~~ del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;	III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;
Sin correlativo	IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;	...
Sin correlativo	V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad	...

	sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;	
Sin correlativo	VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento a las reglas de uso;	VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;
Sin correlativo	VII.- La indicación de que la marca no podrá ser ~~licenciada~~;	VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;
Sin correlativo	VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;	...
Sin correlativo	IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional; y	...
Sin correlativo	X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.	...
Sin correlativo	Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.	...
Sin correlativo	En el caso de la VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.	En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.
Sin correlativo	Artículo 98 A-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas cumpla las condiciones determinadas en las reglas para su uso.	Artículo 98 A-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.
Sin correlativo	Las marcas de certificación se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.	...
Sin correlativo	Artículo 98 A-4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con	...

	las condiciones determinadas en las reglas para su uso.	
Sin correlativo	**Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".**	...
Sin correlativo	**En caso de las marcas de certificación que protejan indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Titulo Quinto, Capítulo III De la Autorización para su Uso.**	...
CAPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas	**CAPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas**	**CAPITULO II BIS De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas**
Artículo 98 bis-1.- La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.	**Artículo 98 bis-1.-** ...	**Artículo 98 bis 1.-** La declaratoria o cualquiera de sus actualizaciones constituyen un acto administrativo por medio del cual el Instituto declara, con base en los elementos de prueba aportados, que las condiciones por virtud de las cuales una marca es notoriamente conocida o famosa, subsisten al tiempo en que el acto se emite.
Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XV y XV BIS, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.	...	**Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones XVI y XVII, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.**
~~Sin embargo, para que el titular de una marca pueda obtener declaratoria, la misma debe estar registrada en México y amparar los productos o servicios en los que la marca originó su notoriedad o fama.~~	...	Sin correlativo
Artículo 98 bis-2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante ~~deberá aportar, entre otros,~~ los	...	**Artículo 98 bis-2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante aportará los siguientes datos:**

siguientes datos:		
I. El sector del público integrado por los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.	...	I.- a XII.- ...
II. Otros sectores del público diversos a los consumidores reales o potenciales que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.	...	
III. Los círculos comerciales integrados por los comerciantes, industriales o prestadores de servicios relacionados con el género de productos o servicios, que identifiquen la marca con los productos o servicios que ésta ampara, basados en una encuesta o estudio de mercado o cualquier otro medio permitido por la ley.	...	
IV. La fecha de primer uso de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
V. El tiempo de uso continuo de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
VI. Los canales de comercialización en México y en su caso en el extranjero.	...	
VII. Los medios de difusión de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
VIII. El tiempo de publicidad efectiva de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	
IX. La inversión realizada durante los 3 últimos años en publicidad o promoción de la marca en México	...	

y en su caso en el extranjero.		
X. El área geográfica de influencia efectiva de la marca.	...	
XI. El volumen de ventas de los productos o los ingresos percibidos por la prestación de los servicios amparados bajo la marca, durante los últimos 3 años.	...	
XII. El valor económico que representa la marca, en el capital contable de la compañía titular de ésta o conforme a avalúo que de la misma se realice.	...	
XIII. Los registros de la marca en México y en su caso en el extranjero.	...	**XIII.** (Se deroga).
XIV. Las franquicias y licencias que respecto a la marca hayan sido otorgadas.	...	XIV. ...
XV. El porcentaje de la participación de la marca en el sector o segmento correspondiente del mercado.	...	XV. ...
Artículo 98 bis-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción XV o el previsto en la fracción XV BIS, de manera expedita.	...	**Artículo 98 bis-3.-** El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción **XVI** o el previsto en la fracción **XVII**, de manera expedita.
...	...	...
Artículo 98 bis-4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la	...	**Artículo 98 bis- 4.- La solicitud de declaración de notoriedad o fama se hará por escrito con las formalidades que para las solicitudes y promociones están señaladas en esta Ley y su Reglamento, a la que se acompañarán los elementos probatorios que funden la**

petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:		**petición y en la que se expresará cuando menos lo siguiente:**
I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono, ~~fax~~ y correo electrónico del solicitante y en su caso de su apoderado;	...	**I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y, en su caso, de su apoderado, y**
~~II. La marca y el número de registro que le corresponde, y~~	...	**II.** (Se deroga)
III. ...	...	**III.** ...
Artículo 98 bis-5. ...	...	**Artículo 98 bis-5.** ...
Artículo 98 bis-6. ...	...	**Artículo 98 bis-6.** ...
Artículo 98 bis-7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama ~~deberán ser~~ publicadas en la Gaceta.	...	**Artículo 98 bis-7.-** Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama **serán** publicadas en la Gaceta.
Artículo 98 bis-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria:	...	**Artículo 98 bis-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria cuando:**
~~Cuando~~ se haya otorgado en contravención a las disposiciones de este Capítulo.	...	**I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y**
~~Cuando las pruebas en las que se sustente la declaratoria sean falsas.~~	...	**II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.**
~~Cuando se haya otorgado con base en una incorrecta valoración de las pruebas.~~	...	Se deroga
Cuando se hubiese concedido a quien no tuviera derecho de obtenerla.	...	Se deroga
...	...	...
~~Cuando el o los registros marcarios que sirvieron de base para emitir la declaratoria, se nulifiquen, caduquen o cancelen, la declaratoria perderá su valor probatorio.~~	...	Se deroga
Artículo 98 bis-9.- ...	...	**Artículo 98 bis-9.-** ...
Artículo 113.- ...	**Artículo 113.-** ...	...
I.- Nombre~~, nacionalidad~~ y domicilio del solicitante;	I.- Nombre y domicilio del solicitante;	...
II.- ~~El signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativo, innominado, tridimensional o mixto;~~	**II.- La representación del signo que constituya la marca;**	...
III.- La fecha de primer uso de la marca, la ~~que no~~ podrá ser	**III.-** La fecha de primer uso de la marca, ~~la cual podrá ser retirada~~	**III.-** La fecha de primer uso de la marca **en México**, o en su caso, la

modificada ulteriormente, o la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se presumirá que no se ha usado la marca;	~~pero no modificada ulteriormente,~~ o, **en su caso,** la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se ~~presumirá~~ que no se ha usado la marca;	mención de que no se ha usado. A falta de indicación se **entenderá** que no se ha usado la marca;
IV.- Los productos o servicios ~~a los~~ que se aplicará la marca, y	**IV.-** Los productos o servicios **específicos a** que se aplicará la marca, y	...
V.- Los demás que prevenga el reglamento de esta Ley.	**V.-** ...	...
~~**Artículo 115.-** En los ejemplares de la marca que se presenten con la solicitud no deberán aparecer palabras o leyendas que puedan engañar o inducir a error al público. Cuando la solicitud se presente para proteger una marca innominada o tridimensional, los ejemplares de la misma no deberán contener palabras que constituyan o puedan constituir una marca, a menos de que se incluya expresamente reserva sobre la misma.~~	**Artículo 115.-** (Se deroga).	**Artículo 115.-** (Se deroga).
Artículo 120.- ~~Cualquier persona que considere que la solicitud publicada se encuentra en alguno de~~ los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley ~~podrá oponerse a su registro, dentro del plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación respectiva.~~	**Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de ~~dos meses~~, contados a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en** los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.	**Artículo 120.-** El Instituto otorgará un plazo improrrogable de **un mes**, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.
La oposición deberá presentarse por escrito, acompañada de ~~la documentación que se estime conveniente,~~ así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.	La oposición deberá presentarse por escrito, ~~acompañada~~ de **las pruebas respectivas,** así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.	La oposición deberá presentarse por escrito, **acompañarse** de las pruebas respectivas, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.
~~Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del presente artículo, el Instituto publicará en la Gaceta, a más~~	(Se deroga).	(Se deroga).

~~tardar en los diez días hábiles siguientes, un listado de las solicitudes en las cuales se haya presentado oposición al registro.~~		
~~La oposición a la solicitud no suspenderá el trámite, ni atribuirá a la persona que la hubiere presentado el carácter de interesado, tercero o parte. Tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.~~	(Se deroga).	(Se deroga).
~~Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del presente artículo, el Instituto publicará en la Gaceta, a más tardar en los diez días hábiles siguientes, un listado de las solicitudes en las cuales se haya presentado oposición al registro.~~	(Se deroga).	(Se deroga).
~~El solicitante podrá manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con las causas, impedimentos o anterioridades citadas en la oposición, dentro del plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación respectiva.~~	(Se deroga).	(Se deroga).
~~La oposición, así como las manifestaciones del solicitante podrán ser consideradas por el Instituto durante el examen de fondo de la solicitud.~~	(Se deroga).	(Se deroga).
Sin correlativo	**Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de ~~dos meses~~, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho**	**Artículo 120 BIS.-** Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante **a través de la Gaceta** sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de **un mes**, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por

	convenga en relación con la oposición, y, en su caso, presente pruebas.	escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.
Sin correlativo	**Artículo 120 BIS 1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.**	...
Sin correlativo	**Artículo 120 BIS 2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de diez días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Concluido dicho plazo, se realizará el examen de fondo de la solicitud.**	**Artículo 120 BIS 2.-** Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de **dos** días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.
Sin correlativo	**Artículo 120 BIS 3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.**	...
Sin correlativo	~~**Artículo 120 BIS 4.- Una vez otorgado el registro de marca o aviso comercial o publicado el nombre comercial, no procederá la solicitud de declaración administrativa de nulidad prevista en las fracciones I y IV del artículo 151 de esta Ley, cuando el solicitante de dicho procedimiento hubiere presentado previamente una**~~	Se suprime

	~~oposición a la solicitud de registro o publicación correspondiente, en los términos de esta Ley.~~	
Artículo 122 BIS.- El interesado tendrá un plazo adicional de dos meses para cumplir los requisitos a que se refiere el artículo anterior, sin que medie solicitud y comprobando el pago de la tarifa que corresponda al mes en que se dé cumplimiento.	**Artículo 122 BIS.-** ...	...
El plazo adicional, se contará a partir del día siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en el artículo 122 anterior.	El plazo adicional, se contará a partir del día **hábil** siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en el artículo 122 anterior.	...
La solicitud se tendrá por abandonada si el solicitante no da cumplimiento a los requerimientos formulados dentro del plazo inicial o en el adicional a que se refiere este artículo, o no presenta el comprobante de pago de las tarifas correspondientes.	...	...
Artículo 124.- ~~Si el~~ impedimento se refiere a la existencia de uno o varios registros de ~~marcas~~ idénticas o similares en grado de confusión sobre los cuales exista o se presente procedimiento de nulidad, caducidad o cancelación, ~~a petición de parte o de oficio, el Instituto suspenderá el trámite de la solicitud hasta que se resuelva el procedimiento respectivo.~~	**Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un** impedimento **que** se refiera a la existencia de uno o varios registros o **publicaciones de uno o varios nombres comerciales**, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista ~~o se presente~~ procedimiento de **declaración administrativa** de nulidad, caducidad o cancelación **del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.**	**Artículo 124.-** El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.
Sin correlativo	**Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del**	Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del

	plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo.	plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; **o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.**
Artículo 125.- Concluido el trámite de la solicitud y satisfechos los requisitos legales y reglamentarios, se expedirá el título.	**Artículo 125.-** ...	...
En caso de que el Instituto niegue el registro de la marca, lo comunicará por escrito al solicitante, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.	...	...
~~En su caso~~ el Instituto ~~comunicará por escrito al oponente de la solicitud los datos del título expedido o los de~~ la resolución que ~~negó el registro, según corresponda.~~	El Instituto **dictará** la resolución que **corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.**	...
Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título ~~un ejemplar~~ de la marca y en el mismo se hará constar:	**Artículo 126.-** El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. **El título comprenderá la representación** de la marca y en el mismo se hará constar:	...
I.- Número de registro de la marca;	**I.-** ...	...
~~II.- Signo distintivo de la marca, mencionando si es nominativa, innominada, tridimensional o mixta;~~	...	**II.- El signo que constituye la marca;**
III.- Productos o servicios a que se aplicará la marca;	**III.** a **V.-** ...	**III.** a **V.-** ...
IV.- Nombre y domicilio del titular;		
V.- Ubicación del establecimiento, en su caso;		
VI.- Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición, y	**VI.-** Fechas de presentación de la solicitud; de prioridad reconocida y de primer uso, en su caso; y de expedición; y	...
VII.- ~~Su~~ vigencia.	**VII.-** Vigencia.	...
Sin correlativo	**Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para**	...

	corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.	
Artículo 128.- La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada~~ o con modificaciones que no alteren su carácter distintivo.~~	**Artículo 128.-** La marca deberá usarse en territorio nacional, tal como fue registrada.	**Artículo 128.- ...**
Sin correlativo	Sin correlativo	**El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.**
Sin correlativo	Sin correlativo	**Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.**
Sin correlativo	Sin correlativo	**Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.**
Artículo 131.- ~~La ostentación de la leyenda~~ "marca registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrá realizarse en el caso de los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.	**Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada"**, las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.	...
Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia del registro. Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará.	**Artículo 133.- ...**	**Artículo 133.-** La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular **acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.**
Sin correlativo	Sin correlativo	**La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará**

		trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.
Sin correlativo	Sin correlativo	**Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.**
Sin correlativo	**Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX.**	Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX **de esta Ley**.
Artículo 134.- La renovación del registro de una marca solo procederá si el interesado presenta el comprobante del pago de la tarifa correspondiente y manifiesta, por escrito y bajo protesta de decir verdad, usar la marca en por lo menos uno de los productos o servicios a los que se aplique y no haber interrumpido dicho uso por un plazo igual o mayor al contemplado en el artículo 130 de esta Ley, sin causa justificada.	Sin correlativo	**Artículo 134.-** (Se deroga).
Artículo 135.- Si una misma marca se encuentra registrada para proteger determinados productos o servicios, bastará que proceda la renovación en alguno de dichos registros para que su uso surta efectos y beneficie a todos los registros, previa presentación del comprobante de pago de las tarifas correspondiente	Sin correlativo	**Artículo 135.-** (Se deroga).
Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros de las marcas de un mismo titular, cuando ~~dichas marcas~~ sean idénticas y amparen similares productos o	**Artículo 145.-** Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros **o solicitudes en trámite** de las marcas de un mismo titular, cuando **éstas** sean idénticas y amparen similares	...

servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.	productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.	
Artículo 146.- Cuando el titular de registros de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.	**Artículo 146.-** Cuando el titular de registros **o solicitudes en trámite** de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.	...
Artículo 151.- El registro de una marca será nulo cuando:	Sin correlativo	**Artículo 151.-** ...
I.- Se haya otorgado en contravención de las disposiciones de esta Ley o la que hubiese estado vigente en la época de su registro.	Sin correlativo	**I.-** a **III.-** ...
No obstante lo dispuesto en esta fracción, la acción de nulidad no podrá fundarse en la impugnación de la representación legal del solicitante del registro de la marca;	Sin correlativo	
II.- La marca sea idéntica o semejante en grado de confusión, a otra que haya sido usada en el país o en el extranjero con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de la marca registrada y se aplique a los mismos o similares productos o servicios, siempre que, quien haga valer el mejor derecho por uso anterior, compruebe haber usado una marca ininterrumpidamente en el país o en el extranjero, antes de la fecha de presentación o, en su caso, de	Sin correlativo	

la fecha de primer uso declarado por el que la registró;		
III.- El registro se hubiera otorgado con base en datos falsos contenidos en su solicitud;	Sin correlativo	
IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares; ~~y~~	Sin correlativo	**IV.-** Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;
V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro a su nombre de esta u otra ~~similar~~ en grado de confusión, sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera.	Sin correlativo	**V.-** El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, **o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta**, de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra **semejante** en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, y
Sin correlativo	Sin correlativo	**VI.- Se haya obtenido de mala fe.**
Las acciones de nulidad ~~que se deriven~~ del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta, ~~excepto~~ las relativas a las fracciones I y V ~~que~~ podrán ejercitarse en cualquier tiempo ~~y a la fracción II que podrá ejercitarse dentro del plazo de tres años.~~	...	Las acciones de nulidad **previstas en las fracciones II, III y IV** del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y **VI** podrán ejercitarse en cualquier tiempo.
Artículo 152.- El registro caducará en los siguientes casos:	Sin correlativo	**Artículo 152.-** ...
I.- Cuando no se renueve en los términos de esta Ley, y	Sin correlativo	...
II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de	Sin correlativo	**II.-** Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de

declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto.		declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, y
Sin correlativo	Sin correlativo	**III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.**
Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se refiere la fracción I del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.	Sin correlativo	**Artículo 155.-** La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se **refieren las fracciones** I **y III** del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.
Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente~~, en su caso~~. La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano~~; en el caso de~~ la falta de pago ~~de la tarifa~~, el Instituto requerirá al ~~promovente, otorgándole~~ un plazo de cinco días hábiles ~~por única vez, para que subsane su omisión, y sólo~~ en caso de ~~que el particular no atienda el apercibimiento, desechará de plano la solicitud o promoción.~~	**Artículo 180.-** Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, **en su caso**, estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.	...
Sin correlativo	La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.	...
Sin correlativo	**Ante** la falta **del comprobante** de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al **solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en** un plazo de	...

	cinco días hábiles. En caso de **no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.**	
Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional ~~y deberá comunicar al Instituto cualquier cambio del mismo. En caso de que no se dé el aviso de cambio de domicilio, las notificaciones se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.~~	**Artículo 183.**- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.	...
Sin correlativo	**El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.**	...
En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente ley, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas ~~dentro de los mismos,~~ así como todas aquellas dictadas en procedimientos seguidos en rebeldía, podrán ser notificadas a las partes por estrados en el instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el párrafo ~~anterior.~~	En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente **Ley, incluyendo aquellos** seguidos en rebeldía, las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el **instituto** y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el **primer** párrafo **del presente artículo.**	...
Sin correlativo	**El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y**	El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir

	recibir notificaciones. En caso de que no sé dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.	notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.
Artículo 184.- En los plazos fijados por esta Ley en días, se computarán únicamente los hábiles; tratándose de términos referidos a meses o años, el cómputo se hará de fecha a fecha, considerando incluso los días inhábiles.	**Artículo 184.-** ...	...
Los plazos empezarán a correr al día siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día siguiente de aquél en que se ponga en circulación.	Los plazos empezarán a correr al día hábil siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día **hábil** siguiente de aquél en que se ponga en circulación.	...
Artículo 213.- Son infracciones administrativas:	Sin correlativo	**Artículo 213.-** ...
I. a **VI.-** . . .	Sin correlativo	I. a **VI.-** . . .
VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV y XV del artículo 90 de esta Ley;	Sin correlativo	**VII.-** Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, **XII, XIII, XIV, XV, XVI, XVII y XX** del artículo 90 de esta Ley;
VIII. a XXXIII.- . . .	Sin correlativo	**VIII. a XXXIII.-** . . .
Sin correlativo	**TRANSITORIOS**	**TRANSITORIOS**
Sin correlativo	**PRIMERO.- El presente Decreto entrará en vigor a los ~~treinta~~ días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.**	**PRIMERO.-** El presente Decreto entrará en vigor a los **sesenta** días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.
Sin correlativo	**SEGUNDO.- Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor**	...

	del presente decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.	

III. CONSIDERACIONES

PRIMERA. - De conformidad con el numeral 3 del artículo 39 de la Ley Orgánica del Congreso General de los Estados Unidos Mexicanos, esta Comisión es competente para conocer la Iniciativa mencionada en el exordio del presente dictamen.

SEGUNDA. - La Comisión que dictamina coincide con el objetivo que persigue la Iniciativa en análisis, de modificar el concepto de marca en la Ley de la Propiedad Industrial y ampliar la protección de las marcas colectivas, así como incluir las marcas de certificación, ya que ambas constituyen instrumentos que apoyan a pequeñas y medianas empresas, al permitirles potenciar su producto en el mercado y garantizan el origen geográfico, material, modo de fabricación u otras características comunes de bienes y servicios, de otros productores de productos similares.

TERCERA. – Esta Comisión legislativa considera que la Propiedad Industrial, constituye un instrumento para mejorar el acceso a la innovación, aumentar la producción nacional innovadora y disfrutar de los beneficios de los mercados nacionales e internacionales. Su adecuada protección fomenta el desarrollo de las actividades industriales y comerciales del país.

En los últimos años, la protección de los derechos de propiedad industrial en México, ha adquirido relevancia como herramienta para el desarrollo económico del país.

El Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial (IMPI), es el organismo público descentralizado de la Administración Pública Federal, encargado de administrar el sistema de Propiedad Industrial y su participación ha resultado fundamental para la protección y fomento de la creatividad e innovación, a fin de consolidar dicho crecimiento económico sustentable.

CUARTA. - Las marcas son el fruto de un emprendedor o de la pequeña, mediana y grande empresa que permiten distinguir sus productos y servicios de los de sus competidores en el mercado. Tienen como características la exclusividad, la territorialidad y la temporalidad.

La importancia del registro de signos distintivos obedece a que éstos constituyen un bien comercial y, en ocasiones, el activo más rentable de un negocio, asimismo, otorga a su titular el derecho al uso exclusivo para distinguir productos o servicios frente a sus competidores en todo el territorio mexicano y cuyo uso por parte de terceros está limitado al consentimiento del titular. El uso puede ser autorizado mediante el otorgamiento de licencias e, incluso, el titular puede ejercer acciones legales en contra de terceros que utilicen su signo sin autorización siendo un medio para reprimir y evitar la competencia desleal en el mercado.

La obtención de un registro debe iniciarse a petición de la parte interesada y cumplir con una serie de formalidades establecidas en la Ley de la Propiedad Industrial y su Reglamento; presentando una solicitud ante las oficinas del Instituto o a través de medios de comunicación electrónica. Dicha solicitud debe presentarse por escrito, acompañada del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

Iniciado el trámite de registro, el Instituto realiza un examen a fin de determinar si cumple con los requisitos para analizar si es registrable en términos de la Ley.

Si derivado del examen, el IMPI determina que procede el registro del signo propuesto, otorga el título, el cual tiene una vigencia de diez años en el territorio nacional contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, y puede renovarse por periodos de la misma duración.

El Instituto tiene un proceso eficiente y ejemplar a nivel internacional, ya que el tiempo promedio para conceder un registro oscila de 4 a 6 meses.

Para el consumidor las marcas identifican la calidad del producto o servicio y para el titular establecen el prestigio comercial.

QUINTA. - Con el propósito de otorgar seguridad jurídica y eficiencia, en 2013 entró en vigor el tratado internacional denominado Protocolo concerniente al *Arreglo de Madrid* relativo al Registro Internacional de Marcas, que facilita la presentación de la solicitud y la gestión posterior de registros marcarios en el extranjero, vía una solicitud internacional en la que se designan los Estados u organizaciones intergubernamentales donde se quiere solicitar la protección.

Esta herramienta simplifica la tramitación de solicitudes a los nacionales ya sean personas físicas, pequeñas, medianas o grandes empresas, que deseen entrar rápidamente al

mercado global, pues sólo tienen que presentar una solicitud en idioma español, pagando una tasa con un solo tipo de moneda, con un formato estándar en lugar de presentar solicitudes independientes en las oficinas nacionales de propiedad industrial.

En aras de brindar un mejor servicio, el IMPI implementó la tramitación en línea de solicitudes de registro de marcas, avisos comerciales y publicación de nombres comerciales. Esta herramienta de acceso ágil, eficiente y seguro, permite al usuario desde cualquier lugar vía Internet, la captura, pago, firma y envío de la solicitud. Si se presenta de forma correcta y es registrable en términos de Ley, se obtiene el registro de forma fácil y rápida.

Dicho medio de presentación tiene grandes beneficios como el ahorro de dinero, tiempo y disminución de errores en la presentación de la solicitud, lo que se traduce en seguridad jurídica para el usuario y disminución en el tiempo de respuesta.

Asimismo, en el contexto internacional, México es signatario de diversos tratados internacionales de Propiedad Intelectual, como el *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*, el *Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual* (ADPIC), así como de una amplia gama de tratados de libre comercio que establecen capítulos de Propiedad Industrial, por mencionar algunos con la Unión Europea, con Panamá y el *Tratado de Libre Comercio de Américo del Norte* (TLCAN).

En todos ellos, se establecen compromisos en materia de Propiedad Industrial y, en específico, nuevos retos en temas marcarios.

Por lo anterior y en virtud de las necesidades específicas que demanda el comercio, es necesaria la modernización de la Ley de la Propiedad Industrial para continuar con el fortalecimiento en el otorgamiento y protección de estos derechos.

Algunos tipos de marcas han quedado rezagados por faltos de regulación, tal es el caso de las marcas de certificación, marcas olfativas y sonoras y, en otros casos, se requiere actualizar el procedimiento para su mejor utilización y protección, a efecto de brindar certeza jurídica en su otorgamiento y aprovechamiento.

SEXTA. – La Iniciativa que se dictamina pretende incluir nuevas figuras de protección, abriendo un abanico de oportunidades para todos los sectores productivos. Asimismo, busca generar los medios idóneos para prevenir y reprimir los actos de competencia desleal. Por todo esto, el proyecto pretende retomar y enriquecer figuras contenidas en otras legislaciones y en tratados internacionales de los que México es parte, para atender a las

necesidades nacionales, muchas de ellas observadas en la práctica de la Propiedad Industrial.

Las modificaciones específicas a la Ley de la Propiedad Industrial contenidas en la Iniciativa en dictamen, son las siguientes:

- En el **Título Cuarto, De las Marcas y de los Avisos y Nombres Comerciales, Capítulo I De las Marcas**, se propone la reforma del **artículo 87**, a efecto de precisar que cualquier persona física o moral, podrán hacer uso de marcas en la industria y en el comercio y no sólo los comerciantes o prestadores de servicios.

- Acorde con las mejores prácticas comerciales y con el objeto de ampliar los tipos de marcas se modifica la definición de ésta en el **artículo 88**, de manera que ya no se entenderá por marca todo signo visible, sino todo signo perceptible por los sentidos y susceptible de representación gráfica, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado. Con ello, se incluye en la Ley de la Propiedad Industrial las marcas sonoras y olfativas, así como la pluralidad de elementos operativos o de imagen, incluidos el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque o la decoración que, al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado.

  A la fecha, en México el registro de las marcas está limitado exclusivamente a signos visibles, es decir aquellos que se manifiestan a través de palabras o imágenes. Sin embargo, en la sociedad moderna, el consumidor atiende cada vez más a detalles específicos respecto de las características de los productos o servicios que se encuentran en el mercado, al tomar decisión de compra.

  Hoy en día, en virtud de los nuevos avances en relación con la comercialización de los productos, se llega al consumidor a través de medios sensoriales diferentes al de la vista, como el olfato y la audición. Por esta razón, surgen las marcas no tradicionales de naturaleza olfativa o auditiva que distinguen productos o servicios en el mercado. La percepción de estas marcas implica una aprehensión profunda de la realidad capturada por los sentidos, que va más allá de la simple captación de los objetos pues conduce a crear una imagen mental del objeto en cuestión y compararlo con otros objetos, sensaciones y percepciones.

  Cabe señalar que actualmente, dichas marcas no tradicionales son susceptibles de registro y protección en múltiples legislaciones de diversos países, entre ellos los Estados Unidos de América, Japón, Reino Unido, la Oficina de Propiedad Intelectual

de la Unión Europea (*European Union Intellectual Property Office*, por sus siglas en inglés EUIPO), la Comunidad Andina, entre otros.

Por tal motivo se reforma y adiciona el **artículo 89** de la Ley, en el cual se describen los signos que pueden constituir una marca.

Con la reforma propuesta se abre la posibilidad de que en México se registren marcas no tradicionales, como las marcas sonoras, olfativas y la imagen de un negocio, también conocido como *trade dress*.

Lo anterior, no sólo cuenta con respaldo en legislaciones de otros países o tratados internacionales, como el *Tratado de Singapur sobre el Derecho de Marcas*, sino en la realidad misma, ya que reconoce los avances y tendencias globales en materia de *marketing* y consumo.

Tradicionalmente, el *marketing* buscaba estimular a los consumidores a través de medios visuales; sin embargo, la competencia entre productos ha avanzado tanto que se ha dado paso al *marketing* sensorial, es decir, el consumidor se ve estimulado a través de un mayor número de sentidos ya no solo el visual sino también el olfativo, sonoro, táctil o con la combinación de todos ellos.

Ejemplo de ello son las tiendas especializadas que cuentan con una imagen u olor propio, por ejemplo, Starbucks®, Massimo Dutti®; sonidos tan reconocibles como el rugido de la Metro-Goldwyn-Mayer® o el timbre de los teléfonos Nokia®; la primera marca olfativa de la historia, fue el de un hilo de coser cuyo olor era como "una fragancia de alto impacto, fresca, floral, evocativa de capullos de plumería" otros casos famosos son las pelotas de tenis "con olor a hierba recién cortada".

Cabe señalar que el registro de estas marcas se sujetará a condiciones de registrabilidad, que impedirán que se protejan marcas que describan al producto mismo o que sean genéricas.

Esta Dictaminadora considera que la reforma no sólo estimulara la competencia, al permitir que los emprendedores desarrollen nuevas y creativas formas de posicionarse en el mercado, sino que atraerá nuevos productos a nuestro país, sobre todo a los que se encuentren bajo marcas innovadoras, al contar con seguridad jurídica para éstas.

Los consumidores contarán con mayores opciones al elegir un producto. No debe perderse de vista que las marcas no tradicionales tienen un notable impacto en el mercado, al transmitir una sensación de calidad o exclusividad. En este sentido, un consumidor tiene mayor inclinación a gastar más dinero en un lugar en donde se siente cómodo, estimulado por un olor, una música o un ambiente agradable, lo que reposiciona a muchas cadenas de prestadores de servicios, en relación a sus competidores.

- La iniciativa en exégesis realiza una profunda revisión al **artículo 90**, el cual establece los impedimentos de registro de marca, de manera que su contenido sea acorde con los cambios propuestos al concepto de marca y los signos que pueden constituirla. Además, se mejora la redacción de sus supuestos con la finalidad de optimizar el estudio de una solicitud y evitar que se registren signos que no reúnan las características necesarias para obtener la protección.

  Se reconoce la figura de la distintividad adquirida, conocida en la doctrina de otros países como *secondary meaning*. De acuerdo con Jesús López Cegarra[1], la distintividad adquirida constituye el nuevo significado que consigue un signo que carece de distintividad, pero que, mediante su utilización en promoción, publicidad o uso efectivo como marca, adquiere la capacidad para identificar y distinguir una fuente empresarial.

  Por lo tanto, se trata de aquellas marcas o signos que no eran distintivas conforme a la Ley en materia de marcas, por ser descriptiva o genérica desde su origen, pero que, con la inversión de recursos por parte de los productores o prestadores de servicios, ha adquirido dicha distintividad, de manera que los consumidores las identifican plenamente y la asocian con su titular.

  Asimismo, se reconoce la coexistencia de marcas en el comercio con el objeto de que los particulares, bajo las disposiciones que establezca el Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, puedan obtener el registro.

- En cuanto al **Capítulo II De las Marcas Colectivas**, se propone reformar su denominación a efecto de incluir a las marcas de certificación; además, se fortalecen las disposiciones relativas a las reglas de uso.

---

[1] López Cegarra, Jesús. Marcas: La Distintividad Adquirida en el Derecho Comunitario Andino. En Revista propiedad intelectual. Visible en: http://www.redalyc.org/pdf/1890/189018586004.pdf Fecha de consulta: 29 de enero 2018.

Actualmente las marcas colectivas no cuentan con una regulación sólida que permita que su uso en el comercio genere realmente condiciones para ser un medio que favorezca la competitividad. Mientras que las marcas de certificación no cuentan con protección en México.

La iniciativa en dictamen pretende ampliar la protección de las marcas colectivas e incluir las marcas de certificación. Con ello los sectores industrial, agrícola y comercial, contarán con mayores herramientas de propiedad industrial para su desarrollo productivo correspondiente, convirtiéndose en derechos comerciales competitivos generadores de empleos, a través de su consolidación y permanencia en el mercado.

Es importante señalar que el antecedente inmediato de la protección de las marcas colectivas y de certificación, conocidas también como marcas de garantía en la doctrina, se dio durante la época renacentista, a través de las marcas corporativas que servían casi exclusivamente, para garantizar que el producto marcado había sido confeccionado según las reglas de la corporación y que había sido objeto de un cierto control o que provenía de determinada villa o región.

La primera referencia internacional de este tipo de derecho colectivo, se encuentra en el artículo 7 BIS del *Convenio de París*, que obliga a proteger las marcas colectivas y permite que las condiciones particulares de su protección sean definidas por los Estados parte.

Las marcas de certificación también cuentan con referentes internacionales, como el *Arreglo de Madrid* y el Protocolo concerniente al *Arreglo de Madrid* relativo al Registro Internacional de Marcas, así como en el artículo 1708 del *Tratado de Libre Comercio con América del Norte*, en cuyo texto se menciona que las partes podrían incluir en la definición de marcas a las marcas de certificación.

En este contexto, cabe precisar que México es uno de los pocos países integrantes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual que no regula de manera precisa lo relativo a las marcas colectivas y no protege a las marcas de certificación, lo que pone en desventaja competitiva en el mercado global, a los titulares de derechos en relación con sus competidores.

Este tipo de marcas buscan eliminar desventajas de emprendedores, pequeñas, medianas o grandes empresas en el mercado; ayudan a comercializar, fomentan la cooperación entre los productores y permiten que al agruparse se distinga de forma

eficaz el origen geográfico, el material, el modo de fabricación u otras características comunes de los bienes y servicios que cada miembro comparte con los demás.

Muchos países exigen las reglas de uso para todos los miembros de las asociaciones titulares de las marcas colectivas e, incluso, hay sistemas donde este tipo de marcas desempeñan funciones de las marcas de certificación, por lo que, con la inclusión de esta figura, se eliminan asimetrías entre los sistemas normativos.

Por otra parte, la marca de certificación sirve para garantizar algún rasgo particular de los productos o servicios a los que se aplica, como naturaleza, calidad, el origen geográfico, la forma en la que se fabrica, el cumplimiento de ciertas normas de seguridad, el grupo que lo hizo, etc.

El concepto de marca de certificación también parte de la definición de "marca", en tanto que su objetivo es distinguir servicios y productos, pero permite a las empresas o personas usar una marca más, además de su marca individual, a fin de garantizar al público consumidor que los productos o servicios de las marcas ya certificadas presentan características especiales.

Cabe señalar que el titular de la marca de certificación, también conocido como certificador, no puede poner en el comercio bienes y servicios, pues sólo se dedica a certificar los productos de terceros, es decir, a dar una garantía sobre las características del producto, por ejemplo: que los materiales usados son orgánicos o que provienen del comercio justo.

Por ejemplo: los distintivos "COTTON", "COMERCIO JUSTO", "USDA ORGANIC", "ISSO 9000" o "KÓSHER", le otorgan a los productos o servicios que lo usan un valor agregado indiscutible.

El que un producto cuente con ellos implica que está avalado por una entidad que ha verificado la calidad de la materia prima y que ha revisado sus instalaciones, equipos o procesos, y que cumplen plenamente con dichos estándares de calidad, autorizándoles el uso de dicho distintivo.

EL CASO KÓSHER

México es el 4to mercado a nivel mundial, por debajo de Israel, Estados Unidos y Francia para dichos productos, de acuerdo con el Jewish People Policy Institute.

Un producto avalado con dicho sello se vende 20% más que otro similar, el sello proporciona seguridad y confianza a un mercado muy específico, a saber: judíos, hindúes, musulmanes, vegetarianos o personas con restricciones dietéticas.

Sin embargo, el 80% de ventas en productos kosher se encuentra fuera del perfil religioso. Muchas pequeñas y medianas empresas con productos artesanales hacen uso de dicho distintivo.

Si bien no existe en nuestro país una normatividad específica sobre las marcas de certificación, existen algunos ejemplos de marcas registradas que se usan de dicha forma; sin embargo, es necesario dotarlas de un mejor marco jurídico, para que los usuarios que se certifican cuenten con certeza jurídica en relación el titular que certifica los productos, tal y como se señala en la Iniciativa.

Ejemplos de marcas registradas por la Administración Pública que sirven como marcas de certificación.

TIF INSPECCIONADO Y APROBADO SAGARPA Y DISEÑO.

LOGOTIPO
SELLO TIF

El Sello TIF (Tipo Inspección Federal) es un reconocimiento que otorga dicha Dependencia mediante un procedimiento de inspección y supervisión de los rastros y establecimientos industriales, dedicados a producir, almacenar, sacrificar, procesar y distribuir todo tipo de carnes y sus derivados.

RECONOCIMIENTO MUNDIAL AL SELLO TIF

Es vital para nuestro país el reconocimiento internacional ya que somos productores de más 2 millones de toneladas de carne de ave, casi 2 millones toneladas de carne de bovino y más de 1 millón de carne de puerco, así como de considerables producciones en carne de ovino, caprino y guajolote.

Durante 2015 se destinaron 17 millones de pesos para promoción del Sello TIF a través de mil 500 tiendas de autoservicio en toda la República Mexicana.

La certificación TIF tiene como objetivo aumentar los estándares de calidad de todos los tipos de carne, así como promover la reducción de riesgos de contaminación de sus productos, a través de la aplicación de sistemas de inspección.
Esta certificación beneficia a la industria cárnica, pues permite la movilización del producto dentro del país más fácilmente. Además, abre la posibilidad del comercio internacional, ya que los establecimientos TIF son los únicos elegibles para exportar.

HECHO EN MÉXICO Y DISEÑO

Es el distintivo oficial que identifica los productos hechos en México y que les permite ser reconocidos por los consumidores de nuestro país y del mundo.

La marca Hecho en México es sinónimo de calidad respaldada por el talento, creatividad e innovación de los productores que en nuestro país trabajan para ofrecer bienes y servicios competitivos.

La Secretaría de Economía autoriza su uso, siempre y cuando los interesados acrediten, ante los Organismos de Certificación, que el bien es:

- obtenido en su totalidad o producido enteramente en México,
- producido exclusivamente a partir de materiales que califican como originarios, o
- elaborado con bienes no originarios, pero que resulta de un proceso de

Acuerdo mediante el cual se establecen los requisitos para otorgar el uso, licencia y sublicencia de la marca Hecho en México, fue publicado en el Diario Oficial de la Federación el 24 de febrero de 2017.

Establece los mecanismos que regulan el uso, licencia y sublicencia de la marca "HECHO EN MÉXICO" y diseño, a fin de que los consumidores nacionales y extranjeros puedan identificar los productos con valor agregado en la República Mexicana.

producción en México, o que el valor de transacción de los materiales no originarios no exceda de los porcentajes establecido para cada sector.

Por todo lo anterior, se reforman los **artículos 96 y 97** relativos a la marca colectiva y se adicionan los artículos **97 BIS y 97 BIS 1**, aclarándose que las marcas colectivas se tratan de marcas cuyos productos poseen calidad o características comunes.

Se incluyen los elementos que deben contener las reglas de uso, pues esto ayuda tanto a la organización de los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva, como a los usuarios al delimitar la garantía que se ofrecerá en los productos o servicios con la marca colectiva.

- Para efectos de la marca de certificación se reforma el **artículo 98**, en donde se incluye su definición y se adicionan los artículos **98 A-1, 98 A-2, 98 A-3 y 98 A-4**, a efecto de establecer su regulación específica consistente en la prohibición del uso por su titular, el cual únicamente podrá autorizar éste a toda persona cuyo producto o servicio cumpla las condiciones determinadas en las Reglas de Uso, las cuales fijarán las características garantizadas por la marca y la manera como se ejercerá el control de la certificación.

  Finalmente, se incluye la opción de que las indicaciones geográficas puedan protegerse como marcas de certificación, sin que estas pierdan su naturaleza. Con ello, se crea un sistema de protección equilibrado entre las marcas, las indicaciones geográficas y las denominaciones de origen.

- En el **Capítulo V, Del Registro de Marcas**, la Iniciativa en dictamen propone la reforma a varios artículos tales como el **artículo 113, fracciones I, II y IV**, relativo a los requisitos de la solicitud de registro, en donde se elimina el requisito de señalar la nacionalidad, ya que se trata de un dato que se proporciona en las solicitudes con fines estadísticos, en la fracción II, se clarifica que se debe presentar la representación del signo que constituya la marca, acorde con las modificaciones relativas a marcas no tradicionales y en su **fracción IV**, se establece que se deberá señalar específicamente los productos o servicios a los que se aplicará la marca.

- Se deroga el **artículo 115** relativo a las denominadas leyendas no reservables, es decir, sobre aquellos signos que aun cuando se acompañen en la solicitud no se está

requiriendo protección, al tratarse de aspectos generales que conforman únicamente al ejemplar de un signo, más no le proporcionan distintividad. Con el propósito de hacer más eficiente el trámite de registro de un signo distintivo e incorporar tendencias mundiales en la materia.

Cabe señalar que, si bien recientemente se introdujo el sistema de oposición al sistema marcario mexicano, la práctica diaria obliga a fortalecerlo para brindar mayor certeza jurídica a los usuarios del sistema marcario mexicano, siendo ésta la oportunidad para llevarlo a cabo.

Esta mejora al sistema de oposición, permitirá al IMPI afianzar el trámite, dotando de mayores instrumentos a los solicitantes y a los oponentes, para que obtengan el máximo beneficio en la defensa de sus derechos de propiedad industrial.

- Se adiciona un último párrafo en el **artículo 133**, para incluir aquellos casos en los que una marca se encuentra en el plazo de gracia de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia del registro, a efecto de establecer que éstas pueden constituir un impedimento para otras solicitudes que se encuentren en trámite de registro o publicación, ya que se trata de registros o publicaciones que pueden ser objeto de renovación de su vigencia.

- En el mismo **Título Cuarto, Capítulo VI De las Licencias y la Transmisión de Derechos**, la Iniciativa en dictamen propone la reforma a los **artículos 145 y 146**, a efecto de incluir a las solicitudes en trámite dentro de las ligas que se crean al momento de la transmisión de marcas.

- En el **Título Sexto De los Procedimientos Administrativos, Capítulo I Reglas Generales de los Procedimientos**, se propone la modificación del **artículo 180**, a fin de clarificar los supuestos que prevé.

- Se modifica el **artículo 183**, a fin de privilegiar a la Gaceta de la Propiedad Industrial como medio de notificación y con ello hacer más expeditos los trámites ante el IMPI.

- La iniciativa en análisis plantea modificar el último párrafo del **artículo 184**, relativo a la forma en que se efectúa el cómputo de los plazos, aclarándose expresamente que se trata de días hábiles a partir de cuándo empezarán a correr éstos.

- Finalmente, respecto del **régimen transitorio**, la iniciativa en exégesis plantea que el Decreto entre en vigor a los treinta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación, a efecto de darle la difusión necesaria a las modificaciones y los solicitantes se familiaricen con las reformas.

  Adicionalmente, las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado a éstas, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto serán resueltas conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

SEPTIMA. – Esta Dictaminadora recibió los días 16 y 22 de febrero de 2018, propuestas y comentarios a la Iniciativa con Proyecto de Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial por parte de la Asociación Nacional de Abogados de Empresa, la Asociación Mexicana para la Protección de la Propiedad Intelectual, la Asociación Interamericana de la Propiedad Intelectual, la Confederación de Cámaras Industriales, la Barra Mexicana, Colegio de Abogados y de los Diputados Lorena Corona Valdés y Miguel Ángel Salim Alle, ambos Secretarios de esta Comisión. Como consecuencia de dichas observaciones, se realizaron las siguientes modificaciones a la Iniciativa original:

- Se mejora la redacción del artículo 88 a efecto de dar mayor claridad a la propuesta, esto considerando que los dueños de las marcas podrán proteger bienes intangibles que antes era imposible proteger y explotar y evitar el uso sin su autorización, México se pone a la vanguardia a nivel internacional, y por lo anterior, se modifica el artículo 89, a fin de ser acorde a la definición de marca (artículo 88).

- En este sentido, se modifica el artículo 89, fracción I, a fin de ser acorde a la protección de nuevos tipos de marca (artículo 88) y el artículo 89, fracción VII, se modifica esclarecer la protección de la imagen comercial.

- En la fracción I del artículo 90, se modifica la propuesta a fin de ser acorde a la modificación de protección nuevos tipos de marca.

- Se modifica la propuesta de redacción del artículo 90, fracción II, a efecto de recorrer en principio la numeración, y con la finalidad de precisar redacción en su parte final se modifica el lenguaje.

- Se mejora la propuesta de modificación del artículo 90, fracción III, a efecto de recorrer la numeración y se establece una nueva causal para negar la protección a holograma que no sean capaces de distinguir un producto o servicio de otros.

- Se modifica la propuesta de cambio del artículo 90, fracción IV, con la finalidad de precisar redacción y evitar interpretaciones que puedan generar confusión.

- Se modifica la propuesta del artículo 90, fracción VII, con la finalidad de precisar su redacción e incluir la prohibición a registrar como marcas los nombres de acuerdos internacionales, ya que su uso no puede obtener la exclusividad que otorga una marca.

- Se modifica la propuesta de cambio de la fracción XI del artículo 90, a fin de ser acorde al Título Quinto de la Ley de las Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas.

- Se modifica la propuesta de cambio de la fracción XII del artículo 90, lo anterior a efecto de brindar seguridad jurídica, pues su anterior redacción generó interpretaciones equivocas por que contemplaban dos supuestos normativos distintos, la modificación evita interpretaciones al referir a un solo supuesto normativo.

- Se modifica el cambio fracción XIII del artículo 90, para lo cual se incluyen como prohibiciones para registrar marcas: los apelativos, la imagen y la voz identificables de una persona con reconocimiento, fama o prestigio en el público consumidor, por parte de personas que no cuenten con la autorización del titular del derecho. Con esto se evita que terceros sin contar con la autorización correspondiente adquieran registros de marca que no les corresponden, además de evitar el engaño al consumidor.

- Se modifica la propuesta de cambio de la fracción XIV del artículo 90, para precisar la redacción a fin de evitar que terceros sin autorización del titular de derecho registren marcas, que sean iguales o parecidas a obras (títulos de obras, las obras en sí mismas o partes de estas, personajes ficticios) que por su relevancia o reconocimiento puedan engañar al consumidor por creer que existe alguna relación o asociación con dichas obras.

- En la fracción XVI del artículo 90, se especifica que la semejanza debe ser en grado de confusión, con la intención de homologar este término con la redacción que

encontramos en la Ley. Además de remitir al capítulo específico de marcas notoriamente conocidas y famosas con el fin de robustecer los conceptos y la comprensión de este impedimento.

- En la fracción XVII del artículo 90, se remite al capítulo específico de marcas notoriamente conocidas y famosas con el fin de robustecer los conceptos y la comprensión de este impedimento.

- La adición de un último párrafo en la fracción XVIII del artículo 90, se hace con la finalidad de incluir un concepto utilizado en el sistema de propiedad industrial, conocido como duplicidad de marcas. Con éste se evita que los titulares obtengan la exclusividad del mismo signo, protegiendo los mismos productos o servicios en más de una ocasión en la misma temporalidad, es decir, dos registros idénticos coexistiendo al mismo tiempo.

- En la fracción XIX del artículo 90, únicamente se realiza un ajuste mínimo en la redacción, con la finalidad de brindar claridad.

- En la fracción XXI del artículo 90, se fortalece la redacción con la intención de ofrecer una doble protección, en primer lugar, para las variedades vegetales, así como a las razas de animales, en segundo lugar, al público consumidor al evitar crear confusión respecto de los productos o servicios.

- Se incluye como impedimento de registro a las marcas solicitadas de mala fe en la fracción XXII del artículo 90, con lo que se hace posible impedir todas aquellas conductas deshonestas que finalmente devienen en prácticas de competencia desleal. Este concepto ayudará a resolver prácticas desleales tales como el secuestro de marcas, el registro de marcas por aquellas personas que legítimamente no tendrían derecho a ello y esto, pondría nuestra legislación a la vanguardia, tal y como lo han hecho ya varios países como Austria, Dinamarca, España, Bélgica, entre otros, asimismo existen sentencias en las cuales los Tribunales Federales han establecido que no existe una causal para impedir el registro de una marca solicitada de mala fe.

- Se modifica la propuesta de redacción de la fracción II de los artículos 97 Bis y 98 Bis 2, con la finalidad de poder incluir a los casos de marcas no tradicionales.

- Se cambia la propuesta de redacción de la fracción III del artículo 97 Bis 1, para incluir a los procesos, pues en muchas ocasiones, un proceso es lo que hace especial y singular al producto o servicio.

- Se modifica la redacción de la propuesta de la fracción III del artículo 98 A-2, con el objeto de mejorar la lectura.

- En este orden de ideas, en el artículo 98 bis-1 se elimina como requisito para obtener la declaratoria de una marca notoria o famosa el hecho relativo a que la marca se encuentre registrada en México con la finalidad de estar acorde con tratados internacionales como el Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial establece, en su artículo 6 BIS y con ello se también se actualizan los supuestos de las fracciones del artículo 98 bis-2 y se corrige su redacción.

- En atención a la nueva numeración, en el artículo 98 bis-7, se modifica la redacción del texto vigente de la Ley con la finalidad de dar certeza jurídica en el procedimiento de declaratoria de una marca notoria o famosa.

- La anterior situación también sucede con el contenido de la fracción 98 bis-8, en razón de que se elimina el supuesto relativo a las pruebas falsas en el procedimiento de nulidad, ya que el Instituto no está facultado para resolver sobre esta hipótesis. Así mismo, se elimina lo relativo a la valoración incorrecta de las pruebas, ya que tal calificación de las pruebas solamente puede ser hecha por los tribunales competentes.

- Se modifica la propuesta de redacción de la fracción III del artículo 113, esto con la finalidad de dar certidumbre jurídica a los interesados en el trámite de registro de signos distintivos, toda vez que retirar la fecha de primer uso, como se planteaba en la propuesta, no daba certeza jurídica, toda vez que la misma podía ser modificada.

- Asimismo, al modificarse la redacción de la última parte el uso del verbo entenderá, se establece la obligación de ejecutar una acción, es decir, el declarar una fecha cierta o no hacerlo, con las consecuencias legales de no admitir prueba en contrario.

- Se modifica el plazo de dos meses para oponerse a una solicitud de marca de la propuesta, toda vez que el plazo actual que contempla la Ley de un mes, resulta en un elemento que permite continuar con la celeridad que caracteriza al trámite de registro de una marca en México, situación que encuentra correlación con la modificación hecha a la propuesta de reforma del artículo 120 Bis, ya que al ser la Gaceta de la Propiedad Industrial el medio de notificación de las oposiciones presentadas al titular de la marca, se reitera la prontitud del procedimiento de registro.

- Corolario a lo anterior, se modificó el artículo 120 Bis 2, para reducir el plazo de alegatos a dos días, a efecto de darle celeridad al procedimiento.

- La eliminación del artículo 120 Bis 4 de la propuesta original, obedece a que considerando que el resultado de la oposición en el trámite de registro impedía el ejercicio de los derechos en las declaraciones administrativas de nulidad, cuando éstos son momentos totalmente diferentes en la vida jurídica de un derecho, razón por la cual podrían existir pruebas o hechos supervenientes que en caso de perder la oportunidad de hacer valer tales derechos en un procedimiento administrativo, podría ser en detrimento de los legítimos titulares.

- Se modifica la propuesta de reforma del artículo 124, toda vez que resulta fundamental añadir lo relativo a las denominaciones de origen establecido en el artículo 178 de la Ley. Anteriormente no estaba contemplado, pero a raíz de las reformas a la Ley en materia de denominaciones de origen e indicaciones geográficas es congruente su inclusión.

- Se modifica el artículo 126, fracción II, a efecto de armonizar el lenguaje utilizado en la presente reforma.

- Asimismo, se elimina la propuesta de modificación del artículo 128, toda vez que la posibilidad de usar marcas con modificaciones que no alteren su carácter distintivo, atiende al hecho que hay marcas que se han quedado registradas desde hace muchísimos años y están vigentes, las cuales son usadas sin cambiar la esencia de su carácter distintivo y de negarse esta posibilidad, una multitud de registros estarían en la posibilidad de caducar por falta de un uso legal, lo cual no es bueno para nuestro sistema de propiedad industrial.

- La adición del segundo párrafo que se propone a este artículo, es la comprobación de uso de las marcas, a través de una declaración y la consecuencia de no hacerlo llevaría a la caducidad de la marca de pleno derecho. Es importante destacar que una obligación del titular de registro marcario es usar la marca y la consecuencia de no usarla es la caducidad. En el caso de este artículo la caducidad se funda en el no cumplir ante el Instituto una obligación al no declarar el uso real y efectivo de la marca.

- Atendiendo a lo anterior, la modificación del artículo 133, obedece a que en el artículo 128 se introduce la obligación de declarar el uso real y efectivo de la marca

al momento de realizar la renovación de la misma. Una marca no debe ser renovada si no es usada, ya que lo único que se pretende con ello es bloquear el sistema de propiedad industrial, bloquear a posibles competidores, o abusar de un derecho. Es por esta razón que se introduce este concepto de comprobar el uso mediante declaración al momento de renovar el registro de que se trate.

- En consecuencia de lo anterior, se propone derogar los artículos 134 y 135, esto con la finalidad de llevar a cabo una reforma acorde a lo narrado en los dos párrafos anteriores, así como la modificación del artículo 152 que establece los casos en los que un registro de marca caducará, y por ende, lo establecido en el artículo 155.

- Por otra parte, y de acuerdo a las propuestas recibidas se propone modificar la redacción del artículo 151 de la Ley, toda vez que con esto se robustece la hipótesis normativa al incluir varios conceptos para encuadrar la conducta deshonesta que amerita como consecuencia legal nulificar el registro.

- En el texto propuesto de la fracción V, al agregar el supuesto de incluir cualquier persona se debe a que esta conducta puede ser realizada por cualquiera, no solamente los agentes o representantes. La relación directa o indirecta se incluye, ya que puede o no existir una relación contractual, comercial o de mero acercamiento como posible cliente, lo que no obsta para realizar la práctica desleal contenida en el artículo 151.

- Por lo que respecta a la fracción VI, en cuanto a la marca obtenida de mala fe, se incluye a efecto de estar acorde a la propuesta de inclusión del artículo 90, fracción XXII.

- En el último párrafo se aumentan los plazos para promover declaraciones administrativas, lo que brinda mayor certeza jurídica, ya que en muchos casos el legítimo titular se entera de que su marca ha sido registrada de manera ilegítima, pero ha precluído su derecho de accionar por el mero paso del tiempo.

- Finalmente, se efectúa un ajuste a la fracción VII del artículo 213, derivado de la reforma al artículo 90, a efecto de dar congruencia al texto de la Ley.

Por lo anteriormente expuesto y fundado, los integrantes de la Comisión Economía de la Cámara de Diputados de la LXIII Legislatura del Honorable Congreso de la Unión hacen suyas las consideraciones del Diputado promovente y se permiten someter a la consideración de esta Honorable Asamblea, la aprobación del siguiente proyecto de:

DECRETO POR EL QUE SE REFORMAN, ADICIONAN Y DEROGAN DIVERSAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Artículo Único.- Se **reforman** los artículos 58, segundo párrafo; 87; 88; 89, fracción I; 90; la denominación del Capítulo II, del TÍTULO CUARTO, para quedar "De las Marcas Colectivas y de Certificación"; 96; 97; 98 bis-1, segundo párrafo; 98 bis-2 primer párrafo; 98 bis-3, primer párrafo; 98 bis-4, fracción I; 98; 98 bis-7; 98 bis-8; 113, fracciones I, II, III y IV; 120, primer y segundo párrafos; 122 bis, segundo párrafo; 124; 125, tercer párrafo; 126, primer párrafo, fracciones II y VII; 131; 133; 154; 146; 151, fracción V y segundo párrafo; 155; 180; 183; 184, segundo párrafo; y 213, fracción VII; se **adicionan** los artículos 89, con las fracciones V, VI, VII y VIII; 97; 97 Bis; 97 Bis-1; 98 A-1; 98 A-2; 98 A-3; 98 A-4; 120 Bis; 120 Bis-1; 120 Bis-2; 120 Bis-3; 126, con un segundo párrafo; 128, con un segundo, tercer y cuarto párrafos; 151, con una fracción VI; 152, con una fracción III; y se **derogan** los artículos 98 Bis-1, tercer párrafo; 98 Bis-2, fracción XIII; 98 Bis-4, fracción II; 115; 120, tercero, cuarto, quinto y sexto párrafos; 134 y135 de la Ley de la Propiedad Industrial, para quedar como sigue:

Artículo 58.- ...

El plazo a que se refiere el párrafo anterior, se contará a partir del día **hábil** siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en los artículos antes referidos.

...

Artículo 87.- Cualquier persona, física o moral, podrá hacer uso de marcas en la industria, en el comercio o en los servicios que presten. Sin embargo, el derecho a su uso exclusivo se obtiene mediante su registro en el Instituto.

Artículo 88.- Se entiende por marca, todo signo perceptible por los sentidos y susceptible **de representarse de manera que permita determinar el objeto claro y preciso de la protección**, que distinga productos o servicios de otros de su misma especie o clase en el mercado.

Artículo 89.- ...

I.- Las denominaciones, letras, números, elementos figurativos y combinaciones de colores, así como los **signos holográficos**;

II.- ...

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

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

V.- Los sonidos;

VI.- Los olores;

VII.- La pluralidad de elementos operativos; elementos de imagen, incluidos, entre otros, el tamaño, diseño, color, disposición de la forma, etiqueta, empaque, la decoración o cualquier otro que al combinarse, distingan productos o servicios en el mercado, y

VIII.- La combinación de los signos enunciados en las fracciones I a VI del presente artículo.

Artículo 90.- No serán registrables como marca:

I.- Los nombres técnicos o de uso común de los productos o servicios que pretenden distinguirse con la marca, así como aquellas palabras, denominaciones, frases, o elementos figurativos que, en el lenguaje corriente o en las prácticas comerciales, se hayan convertido en elementos usuales o genéricos de los mismos;

II.- Las formas tridimensionales que sean del dominio público o que se hayan hecho de uso común y aquellas que carezcan de **distintividad**; así como, la forma usual y corriente de los productos o servicios, o; la impuesta por su naturaleza o **funcionalidad**;

III.- Los hologramas que sean del dominio público y aquellos que carezcan de distintividad;

IV.- Los **signos** que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivos de los productos o servicios que **pretenden distinguir.** Quedan incluidos en el supuesto anterior, los signos descriptivos o indicativos que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen o la época de producción de los productos o servicios;

V.- Las letras, los dígitos o los colores aislados, a menos que estén combinados o acompañados de **otros signos** que les den un carácter distintivo;

VI.- La traducción, la variación ortográfica caprichosa o la construcción artificial de palabras no registrables, **así como la transliteración de signos no registrables**;

VII.- Los signos que, sin autorización, reproduzcan o imiten: escudos, banderas o emblemas de cualquier país, **estado**, municipio o divisiones políticas equivalentes; así como, las denominaciones, siglas, símbolos, emblemas o cualquier **otro signo de instrumentos internacionales**, organizaciones internacionales, gubernamentales, no gubernamentales o cualquier otra organización reconocida oficialmente; así como la designación verbal de los mismos;

VIII.- Las que reproduzcan o imiten signos o sellos oficiales de control y garantía adoptados por un Estado, sin autorización de la autoridad competente, o monedas, billetes de banco, monedas conmemorativas o cualquier medio oficial de pago nacional o extranjero;

IX.- Los signos que reproduzcan o imiten los nombres, **signos** o la representación gráfica de condecoraciones, medallas u otros premios obtenidos en exposiciones, ferias, congresos, eventos culturales o deportivos, reconocidos oficialmente;

X.- Las denominaciones geográficas, propias o comunes, y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos, cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su procedencia;

XI.- Las denominaciones **de origen, indicaciones geográficas, denominaciones o signos de** lugares, que se caractericen por la fabricación o **producción** de ciertos productos **o la prestación de ciertos servicios; así como aquellos que se acompañen de expresiones tales como: "género", "tipo", "manera", "imitación", "producido en", "con fabricación en" u otras similares que creen confusión en el consumidor o impliquen competencia desleal;**

XII.- Los nombres **de lugares de propiedad particular, cuando sean especiales e inconfundibles y que se caractericen por la producción de determinados productos o el ofrecimiento de determinados servicios, sin el** consentimiento **del propietario;**

XIII.- Los nombres, **apellidos, apelativos o seudónimos de personas que hayan adquirido tal prestigio, reconocimiento o fama que al usarse puedan crear un riesgo de asociación, inducir al error, confusión o engaño al público consumidor, salvo que se trate de dicha persona o exista consentimiento expreso de la misma o de quien tenga el** derecho correspondiente.

Asimismo, no serán registrables como marca, la imagen, la voz identificable, el retrato y las firmas de personas, sin su consentimiento expreso, o si han fallecido, de quien tenga el derecho correspondiente.

XIV.- Los nombres o denominaciones idénticas o semejantes en grado de confusión a los títulos de obras literarias o artísticas, así como tampoco la reproducción o imitación de los elementos de dichas obras; cuando, en ambos casos, tengan tal relevancia o reconocimiento que puedan ser susceptibles de engañar al público o inducir a error por creer infundadamente que existe alguna relación o asociación con dichas obras, salvo que el titular del derecho correspondiente lo autorice expresamente.

Asimismo, no será registrable como marca la reproducción, ya sea total o parcial, de obras literarias o artísticas, sin la autorización correspondiente del titular del derecho de autor.

Tampoco serán registrables como marca aquellos personajes de ficción o simbólicos, ni los personajes humanos de caracterización que tengan tal relevancia o reconocimiento, excepto en aquellos casos que sea solicitado por el titular del derecho correspondiente o por un tercero con el consentimiento de éste;

XV.- Los signos susceptibles de engañar al público o inducir a error. Entendiéndose por tales, los que constituyan falsas indicaciones sobre: la naturaleza, componentes, cualidades o el origen empresarial, de los productos o servicios que pretenden distinguir;

XVI.- Los signos iguales o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado notoriamente conocida en México, en términos del Capítulo II BIS, del Título Cuarto, para ser aplicadas a cualquier producto o servicio, cuando la marca cuyo registro se solicita pudiese:

a) Crear confusión o un riesgo de asociación con el titular de la marca notoriamente conocida;

b) Constituir un aprovechamiento no autorizado por el titular de la marca notoriamente conocida;

c) Causar el desprestigio de la marca notoriamente conocida, o

d) Diluir el carácter distintivo de la marca notoriamente conocida.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca notoriamente conocida;

XVII.- Los signos **idénticos** o semejantes en grado de confusión a una marca que el Instituto estime o haya declarado famosa en términos del **Capítulo** II BIS, **del Título Cuarto**; para ser aplicadas a cualquier producto o servicio.

Este impedimento no será aplicable cuando el solicitante del registro sea titular de la marca famosa;

XVIII.- Los signos idénticos o semejantes en grado de confusión, a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad, o a una registrada y vigente, aplicada a los mismos o similares productos o servicios. Quedan incluidos aquellos que sean idénticos a otra marca ya registrada o en trámite por el mismo titular, para distinguir productos o servicios idénticos;

XIX.- Los signos que sean idénticos o semejantes en grado de confusión, a un nombre comercial aplicado a una empresa o a un establecimiento industrial, comercial o de servicios, cuyo giro preponderante sea la elaboración o venta de los productos o la prestación de los servicios que se pretendan amparar con la marca, y siempre que el nombre comercial haya sido usado con anterioridad a la fecha de presentación de la solicitud de registro de la marca o la de uso declarado de la misma. Lo anterior no será aplicable, cuando la solicitud de marca la presente el titular del nombre comercial, si no existe otro nombre comercial idéntico que haya sido publicado;

XX.- El nombre propio de una persona física que sea idéntico o semejante en grado de confusión a una marca en trámite de registro presentada con anterioridad o a una registrada y vigente, o un nombre comercial publicado, aplicado a los mismos o similares productos o servicios;

XXI.- Los signos que reproduzcan o imiten denominaciones o elementos que hagan referencia a variedades vegetales protegidas, así como las razas de animales, que puedan causar confusión en el público consumidor respecto de los productos o servicios a distinguir, y

XXII.- Los signos solicitados de mala fe. Se entiende por mala fe, entre otros casos, cuando el registro se solicite de manera contraria a los buenos usos, costumbres y prácticas en el sistema de propiedad industrial, el comercio, o la industria; o que se pretenda obtener un beneficio o ventaja indebida en perjuicio de su legítimo titular.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones I, II, III, IV, V y VI del presente artículo, cuando la marca haya adquirido, para los productos o servicios para los cuales se solicita, un carácter distintivo derivado del uso que se hubiere hecho en el comercio.

No será aplicable lo dispuesto por la fracción II, cuando la forma tridimensional haya adquirido un carácter distintivo del uso que se hubiere hecho en el comercio, entendiendo que no es admisible que la forma inherente a su naturaleza o funcionalidad adquiera distintividad.

No será aplicable lo dispuesto por las fracciones XVIII, XIX y XX por cuanto hace a las marcas semejantes en grado de confusión del presente artículo, cuando se exhiba el consentimiento expreso, por escrito, de conformidad con el reglamento de esta Ley.

Capítulo II
De las Marcas Colectivas y de Certificación

Artículo 96.- Podrán solicitar el registro de una marca colectiva las asociaciones o sociedades de productores, fabricantes o comerciantes de productos, o prestadores de servicios, legalmente constituidas, para distinguir, en el mercado, los productos o servicios de sus miembros siempre que éstos posean calidad o características comunes entre ellos y diversas respecto de los productos o servicios de terceros.

Artículo 97.- Los miembros de la asociación o sociedad titular de la marca colectiva podrán usar junto con ésta, el término "Marca Colectiva Registrada".

Artículo 97 BIS.- Con la solicitud de marca colectiva se deberán presentar las reglas para su uso, que contendrán lo siguiente:

I.- El nombre de la asociación o sociedad que será titular de la marca;

II.- La representación de la marca;

III.- Los productos o servicios a que se aplicará la marca;

IV.- Las características o cualidades comunes de los productos o servicios;

V.- Los procesos de elaboración, producción empaque, embalaje o envasado;

VI.- La indicación de que la marca no podrá ser transmitida a terceras personas y de que su uso quedará reservado a los miembros de la asociación o sociedad;

VII.- Los mecanismos de control del uso de la marca y del cumplimiento de las reglas de uso;

VIII.- Las sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;

IX.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección, y

X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

En el caso de la fracción IX del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 97 BIS-1.- La marca colectiva no será objeto de licencia, ni podrá ser transmitida a terceras personas, quedando su uso reservado a los miembros de la asociación o sociedad.

Las marcas colectivas se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98.- Se entiende por marca de certificación un signo que distingue productos y servicios cuyas cualidades u otras características han sido certificadas por su titular, tales como:

I.- Los componentes de los productos;

II.- Las condiciones bajo las cuales los productos han sido elaborados o los servicios prestados;

III.- La calidad, procesos u otras características de los productos o servicios, y

IV.- El origen geográfico de los productos.

Artículo 98-A.- La marca de certificación podrá estar conformada por el nombre de una zona geográfica o que contenga dicho nombre, u otra indicación conocida por hacer referencia a la citada zona, que identifique un producto como originario de la misma,

cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

En el caso de indicaciones geográficas nacionales protegidas como marcas de certificación, se entenderá que éstas son bienes de dominio del poder público de la Federación.

Artículo 98 A-1.- Podrá solicitar el registro cualquier persona moral, siempre y cuando no desarrolle una actividad empresarial que implique el suministro de productos o la prestación del servicio de la misma naturaleza o tipo que aquella certifica.

Cuando la marca de certificación se constituya por una indicación geográfica nacional, sólo podrán solicitar el registro:

I.- Las personas morales que directamente se dediquen a la extracción, producción o elaboración del producto que se pretenda amparar;

II.- Las cámaras o asociaciones de fabricantes o productores vinculados con el producto que se pretenda amparar con la indicación;

III.- Las dependencias o entidades del Gobierno Federal, y

IV.- Los gobiernos de las Entidades de la Federación en cuyo territorio o zona geográfica se extraiga, produzca o elabore el producto que se pretenda amparar.

Artículo 98 A-2.- La solicitud de registro de una marca de certificación deberá acompañarse de las reglas para su uso, en las que se indique:

I.- Los productos o servicios a los que se aplicará la marca;

II.- La representación de la marca;

III.- Las especificaciones técnicas que definan los caracteres particulares del producto o servicio tales como el origen de las materias primas, las condiciones de producción, su procedimiento de transformación, sus características físicas, químicas, tóxicas, bacteriológicas o de utilización, su composición o etiquetado;

IV.- El procedimiento de comprobación de los caracteres específicos señalados en la fracción anterior;

V.- Las modalidades y periodicidad con que se deberán ejercer los controles de calidad sobre la producción del bien en sus diversas etapas, así como en la transformación y comercialización del mismo;

VI.- El régimen de sanciones para el caso de incumplimiento de las reglas de uso;

VII.- La indicación de que la marca no podrá ser objeto de licencia;

VIII.- La indicación sobre el ejercicio de las acciones legales de protección;

IX.- En su caso, el grado de concordancia de las reglas para su uso con las Normas Oficiales Mexicanas, Normas Mexicanas o cualquier otra norma o lineamiento internacional, y

X.- Las demás que estime pertinentes el solicitante.

Las reglas antes señaladas permitirán el acceso a cualquier persona que cumpla con las mismas.

En el caso de la fracción VIII del presente artículo, cualquier modificación deberá ser inscrita ante el Instituto para surtir efectos contra terceros.

Artículo 98 A-3.- La marca de certificación no será objeto de licencia, quedando su uso reservado a las personas que cumplan con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Las marcas de certificación se regirán, en lo que no haya disposición especial, por lo establecido en esta Ley para las marcas.

Artículo 98 A-4.- El titular de una marca de certificación autorizará su uso a toda persona cuyo producto o servicio cumpla con las condiciones determinadas en las reglas para su uso.

Solo los usuarios autorizados podrán usar junto con la marca de certificación, el término "Marca de Certificación Registrada".

En caso de las marcas de certificación que protejan Indicaciones geográficas nacionales se deberá estar a las disposiciones establecidas en el Título Quinto, Capítulo III De la Autorización para su Uso.

CÁPITULO II BIS
De las Marcas Notoriamente Conocidas y Famosas

Artículo 98 bis-1.- ...

Los impedimentos previstos en el artículo 90 fracciones **XVI y XVII**, para la protección de marcas notoriamente conocidas o famosas, se aplicarán con independencia de que éstas se encuentren registradas o declaradas.

(Se deroga).

Artículo 98 bis-2.- Para efectos de obtener la declaratoria de notoriedad o fama, el solicitante **aportará** los siguientes datos:

I. a **XII. ...**

XIII. (Se deroga).

XIV. y XV. ...

Artículo 98 bis-3.- El Instituto presumirá, salvo prueba en contrario, que las condiciones que originaron la declaratoria o sus actualizaciones, subsisten por un período de cinco años a partir de la fecha de su expedición; en consecuencia, durante dicho período deberá aplicar según corresponda, el impedimento previsto en artículo 90 fracción **XVI** o el previsto en la fracción **XVII**, de manera expedita.

...

Artículo 98 bis-4.- ...

I. Nombre, nacionalidad, domicilio, teléfono y correo electrónico del solicitante y en su caso de su apoderado,

II. (Se deroga).

III. ...

Artículo 98 bis-7.- Las resoluciones sobre declaratorias de notoriedad o fama **serán** publicadas en la Gaceta.

Artículo 98 bis-8.- Procederá la nulidad de la declaratoria **cuando:**

I.- Se haya otorgado en contravención a las disposiciones de esta Ley, y

II.- Se hubiese concedido a quien no tuviera derecho a obtenerla.

Las declaraciones administrativas de nulidad se harán por el Instituto, a petición de quien tenga interés jurídico y acredite los supuestos en los que funda su solicitud.

Artículo 113.- ...

I.- Nombre **y** domicilio del solicitante;

II.- La representación del signo que constituya la marca;

III.- La fecha de primer uso de la marca **en México, o en su caso**, la mención de que no se ha usado. A falta de indicación se **entenderá** que no se ha usado la marca;

IV.- Los productos o servicios **específicos a los que se** aplicará la marca, y

V.- ...

Artículo 115.- (Se deroga).

Artículo 120.- El Instituto otorgará un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la publicación en la Gaceta del Instituto, para que cualquier tercero que tenga interés, se oponga a la solicitud de registro o publicación por considerar que ésta incurre en los supuestos previstos en los artículos 4o. y 90 de esta Ley.

La oposición deberá presentarse por escrito, **acompañarse de las pruebas respectivas**, así como del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

(Se deroga)

(Se deroga)

(Se deroga)

(Se deroga)

Artículo 120 BIS.- Transcurrido el plazo a que se refiere el primer párrafo del artículo 120, el Instituto notificará al solicitante a través de la Gaceta sobre las oposiciones recibidas, otorgándole un plazo improrrogable de un mes, contado a partir de la fecha en que surta efectos la notificación respectiva, para manifestar por escrito lo que a su derecho convenga en relación con la oposición y, en su caso, presente pruebas.

Artículo 120 BIS-1.- Para el trámite de la oposición se admitirán toda clase de pruebas con excepción de la confesional y testimonial, salvo que el testimonio o la confesión estén contenidos en documental, así como las que sean contrarias a la moral y al derecho.

Artículo 120 BIS-2.- Transcurrido el plazo a que se refiere el artículo 120 BIS de esta Ley, y desahogadas las pruebas, las actuaciones se pondrán a disposición del solicitante y de las personas que hubieren presentado oposiciones para que, en su caso, formulen por escrito alegatos en un plazo de dos días, los cuales serán tomados en cuenta por el Instituto. Una vez transcurrido dicho plazo se procederá sin mayor trámite al examen de fondo.

Artículo 120 BIS-3.- La oposición al registro o publicación de una solicitud no suspenderá el trámite, ni tampoco prejuzgará sobre el resultado del examen de fondo que realice el Instituto sobre la solicitud.

Artículo 122 BIS.- ...

El plazo adicional, se contará a partir del día **hábil** siguiente al del vencimiento del plazo de dos meses previsto en el artículo 122 anterior.

...

Artículo 124.- El Instituto suspenderá el trámite de una solicitud de registro o publicación cuando la solicitud contenga un impedimento que se refiera a la existencia de uno o varios registros o publicaciones de uno o varios nombres comerciales, idénticos o similares en grado de confusión, sobre los cuales exista o se presente procedimiento de declaración administrativa de nulidad, caducidad o cancelación del o los registros o cesación de los efectos del nombre comercial.

Este supuesto procederá de oficio o a petición de quien inicie o haya iniciado la solicitud de declaración administrativa correspondiente, dentro del plazo establecido en el oficio de impedimento respectivo; o bien, cuando se presente el procedimiento a que se refiere el artículo 178 de esta Ley.

Artículo 125.- ...

...

El Instituto dictará la resolución que corresponda a las oposiciones recibidas, expresando los motivos y fundamentos legales de su resolución.

Artículo 126.- El Instituto expedirá un título por cada marca, como constancia de su registro. El título comprenderá la representación de la marca y en el mismo se hará constar:

I.- ...

II.- El signo que constituye la marca;

III.- a VI.- ...

VII.- Vigencia.

Sólo podrán permitirse cambios en el título de una marca para corregir errores evidentes o de forma. Los cambios autorizados deberán ser publicados en la Gaceta.

Artículo 128.- ...

El titular de una marca deberá declarar ante el Instituto, acompañando el pago de la tarifa correspondiente el uso real y efectivo de la marca.

Dicha declaración se deberá presentar durante los tres meses posteriores, contados a partir de que se cumpla el tercer año de haberse otorgado el registro.

Si el titular no declara el uso, el registro caducará de pleno derecho.

Artículo 131.- Las leyendas "Marca Registrada", "Marca Colectiva Registrada" o "Marca de Certificación Registrada", las siglas "M.R." o el símbolo ®, sólo podrán usarse para los productos o servicios para los cuales dicha marca se encuentre registrada.

Artículo 133.- La renovación del registro de una marca deberá solicitarse por el titular **acompañando el pago de la tarifa correspondiente, declarando el uso real y efectivo de la marca.**

La solicitud se presentará dentro de los seis meses anteriores al vencimiento de su vigencia. Sin embargo, el Instituto dará trámite a aquellas solicitudes que se presenten dentro de un plazo de seis meses posteriores a la terminación de la vigencia.

Vencido este plazo sin que se presente la solicitud de renovación, el registro caducará de pleno derecho.

Los registros que se encuentren en el plazo de seis meses posteriores a la terminación de su vigencia, se considerarán como impedimento para el registro de un signo en términos de lo establecido por el artículo 90 fracciones XVIII y XIX de esta Ley.

Artículo 134.- (Se deroga).

Artículo 135.- (Se deroga).

Artículo 145.- Para efectos de su transmisión, se considerarán ligados los registros **o solicitudes en trámite** de las marcas de un mismo titular, cuando **éstas** sean idénticas y amparen similares productos o servicios, o bien sean semejantes en grado de confusión y se apliquen a los mismos o similares productos o servicios.

Artículo 146.- Cuando el titular de registros **o solicitudes en trámite** de dos o más marcas ligadas, considere que no existirá confusión en caso de que alguna de ellas fuera utilizada por otra persona, para los productos o servicios a que se aplica dicha marca, podrá solicitar que sea disuelta la liga impuesta. El Instituto resolverá en definitiva lo que proceda.

Artículo 151.- ...

I.- a III.- ...

IV.- Se haya otorgado por error, inadvertencia, o diferencia de apreciación, existiendo en vigor otro que se considere invadido, por tratarse de una marca que sea igual o semejante en grado de confusión y que se aplique a servicios o productos iguales o similares;

V.- El agente, el representante, el usuario o el distribuidor del titular, **o cualquier otra persona que haya tenido relación con el titular, directa o indirecta,** de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro, de ésta u otra **semejante** en grado de confusión, a su nombre sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera, **y**

VI.- Se haya obtenido de mala fe.

Las acciones de nulidad **previstas en las fracciones II, III y IV** del presente artículo podrán ejercitarse dentro de un plazo de cinco años, contado a partir de la fecha en que surta sus efectos la publicación del registro en la Gaceta. Las relativas a las fracciones I, V y **VI** podrán ejercitarse en cualquier tiempo.

Artículo 152.- ...

I.- ...

II.- Cuando la marca haya dejado de usarse durante los tres años consecutivos inmediatos anteriores a la solicitud de declaración administrativa de caducidad, salvo que exista causa justificada a juicio del Instituto, **y**

III.- Cuando no se realice la declaratoria de uso real y efectivo en términos del artículo 128 de esta Ley.

Artículo 155.- La declaración de nulidad, caducidad o cancelación del registro de una marca, se hará administrativamente por el Instituto de oficio, a petición de parte o del Ministerio Público Federal, cuando tenga algún interés la Federación. La caducidad a la que se **refieren las fracciones I y III** del artículo 152 de esta Ley, no requerirá de declaración administrativa por parte del Instituto.

Artículo 180.- Las solicitudes y promociones deberán ser firmadas por el interesado o su representante y, **en su caso,** estar acompañadas del comprobante de pago de la tarifa correspondiente.

La falta de firma de la solicitud o promoción producirá su desechamiento de plano.

Ante la falta del comprobante de pago, el Instituto requerirá, por única ocasión, al solicitante para que exhiba el pago de las tarifas que correspondan en un plazo de cinco

días hábiles. En caso de no cumplir con el requerimiento dentro del plazo señalado, la solicitud o promoción será desechada de plano.

Artículo 183.- En toda solicitud, el promovente deberá señalar domicilio para oír y recibir notificaciones dentro del territorio nacional.

El Instituto notificará a través de la Gaceta todas las resoluciones, requerimientos y demás actos que emita, relacionados con el trámite de patentes, registros y publicaciones nacionales, así como los relativos a la conservación de derechos, salvo los expedientes que se encuentren en el supuesto previsto en el artículo 186 de esta Ley.

En los procedimientos de declaración administrativa previstos en la presente Ley, **incluyendo aquellos seguidos en rebeldía,** las resoluciones de trámite y definitivas dictadas podrán ser notificadas a las partes por estrados en el Instituto y mediante publicación en la Gaceta, cuando no haya sido posible realizarla en el domicilio al que se refiere el párrafo **primer párrafo el presente artículo.**

El promovente deberá comunicar al Instituto cualquier cambio en el domicilio para oír y recibir notificaciones. En caso de que no se dé aviso, las notificaciones que se practiquen se tendrán por legalmente realizadas en el domicilio que aparezca en el expediente.

Artículo 184.- ...

Los plazos empezarán a correr al día **hábil** siguiente de la notificación respectiva. Las publicaciones en Gaceta surtirán efectos de notificación en la fecha que en la propia Gaceta se indique o, en su defecto, al día **hábil** siguiente de aquél en que se ponga en circulación.

Artículo 213.- ...

I.- a **VI.-** ...

VII.- Usar como marcas las denominaciones, signos, símbolos, siglas o emblemas a que se refiere el artículo 4o. y las fracciones VII, VIII, IX, XII, XIII, XIV, XV, **XVI, XVII y XX** del artículo 90 de esta Ley;

VIII.- a **XXX.-** ...

TRANSITORIOS

PRIMERO. - El presente Decreto entrará en vigor a los sesenta días hábiles siguientes a su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

SEGUNDO. - Las solicitudes de registro de marca o aviso comercial o publicación de nombre comercial, incluyendo las oposiciones que se hayan presentado, que se encuentren en trámite a la entrada en vigor del presente Decreto se resolverán conforme a las disposiciones vigentes al momento de su presentación.

Dado en la Sala de la Comisión de Economía de la H. Cámara de Diputados, a los 28 del mes de febrero de 2018.

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión de Economía

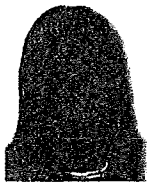
Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

		NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
1.		Jorge Enrique Dávila Flores PRI Presidente			
2.		Antonio Tarek Abdala Saad PRI Secretario			
3.		Tristán Manuel Canales Najjar PRI Secretario			
4.		Juan Manuel Cavazos Balderas PRI Secretario			
5.		Juan Antonio Ixtláhuac Orihuela PRI Secretario			
6.		Esdras Romero Vega PRI Secretario			
7.		Juan Alberto Blanco Zaldívar PAN Secretario			
8.		Miguel Ángel Salim Alle PAN Secretario			

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión de Economía

Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

		NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
9.		Lluvia Flores Sonduk PRD Secretaria			
10.		Armando Soto Espino PRD Secretario			
11.		Jesús Serrano Lora MORENA Secretario			
12.		Lorena Corona Valdés PVEM Secretaria			
13.		Luis Ernesto Munguía González MC Secretario			
14.		Lorena del Carmen Altaro García PAN Integrante			
15.		Elizabeth Hernández Calderón PRI Integrante			

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXII LEGISLATURA

Comisión de Economía

Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

		NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
16.		Luis Fernando Antero Valle PAN Integrante			
17.		Alma Lucía Arzaluz Alonso PVEM Integrante			
18.		Carmen Victoria Campa Almaral NA Integrante			
19.		Sharon María Teresa Cuenca Ayala PVEM Integrante			
20.		Gerardo Gabriel Cuanalo Santos PAN Integrante			
21.		García Portilla Ricardo David PRI Integrante			
22.		Miguel Ángel González Salum PRI Integrante			

CÁMARA DE DIPUTADOS
LXIII LEGISLATURA

Comisión de Economía

Dictamen con Proyecto de Decreto por el que se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones de la Ley de la Propiedad Industrial.

		NOMBRE	A FAVOR	EN CONTRA	ABSTENCIÓN
23.		Alfredo Miguel Herrera Deras PAN Integrante			
24.		Carlos Iriarte Mercado PRI Integrante			
25.		Alejandro Juraidini Villaseñor Integrante			
26.		Vidal Llerenas Morales MORENA Integrante			
27.		Rene Mandujano Tinajero PAN Integrante			
28.		Fernando Uriarte Zazueta PRI Integrante			

Cámara de Diputados del Honorable Congreso de la Unión, LXIII Legislatura

Junta de Coordinación Política

Diputados: Marko Antonio Cortés Mendoza, presidente, PAN; Carlos Iriarte Mercado, PRI; Francisco Martínez Neri, PRD; Jesús Sesma Suárez, PVEM; Norma Rocío Nahle García, MORENA; Macedonio Salomón Tamez Guajardo MOVIMIENTO CIUDADANO; Luis Alfredo Valles Mendoza, NUEVA ALIANZA; José Alfredo Ferreiro Velazco, PES.

Mesa Directiva

Diputados: Édgar Romo García, presidente; vicepresidentes, Martha Sofía Tamayo Morales, PRI; Edmundo Javier Bolaños Aguilar, PAN; Arturo Santana Alfaro, PRD; María Ávila Serna, PVEM; secretarios, Marco Antonio Aguilar Yunes, PRI; Alejandra Noemí Reynoso Sánchez, PAN; Isaura Ivanova Pool Pech, PRD; Andrés Fernández del Valle Laisequilla, PVEM; Ernestina Godoy Ramos, MORENA; Verónica Delgadillo García, MOVIMIENTO CIUDADANO; María Eugenia Ocampo Bedolla, NUEVA ALIANZA; Ana Guadalupe Perea Santos, PES.

Secretaría General

Secretaría de Servicios Parlamentarios

Gaceta Parlamentaria de la Cámara de Diputados

Director: Juan Luis Concheiro Bórquez, **Edición:** Casimiro Femat Saldívar, Ricardo Águila Sánchez, Antonio Mariscal Pioquinto.

Apoyo Documental: Dirección General de Proceso Legislativo. **Domicilio:** Avenida Congreso de la Unión, número 66, edificio E, cuarto nivel, Palacio Legislativo de San Lázaro, colonia El Parque, CP 15969. Teléfono: 5036 0000, extensión 54046. **Dirección electrónica: http://gaceta.diputados.gob.mx/**