



Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia
Licenciatura en Ciencias Jurídicas y de la Justicia

**Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de
marcas y patentes en Guatemala**
(Tesis de Licenciatura)

María Andrea Jerez Orozco

Guatemala, marzo 2024

Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia
Licenciatura en Ciencias Jurídicas y de la Justicia

**Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de
marcas y patentes en Guatemala**
(Tesis de Licenciatura)

María Andrea Jerez Orozco

Guatemala, marzo 2024

Para los efectos legales y en cumplimiento a lo dispuesto en el artículo 1°, literal h) del Reglamento de Colegiación del Colegio de Abogados y Notarios de Guatemala, **María Andrea Jerez Orozco**, elaboró la presente tesis, titulada **Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de marcas y patentes en Guatemala.**

AUTORIDADES DE UNIVERSIDAD PANAMERICANA

M. Th. Mynor Augusto Herrera Lemus

Rector

Dra. Alba Aracely Rodríguez de González

Vicerrectora Académica

M. A. César Augusto Custodio Cobar

Vicerrector Administrativo

EMBA. Adolfo Noguera Bosque

Secretario General

FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS Y JUSTICIA

Dr. Enrique Fernando Sánchez Usera

Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia

Guatemala, 05 de mayo del 2023

Señores Miembros

Consejo de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia

Universidad Panamericana

Presente

Estimados señores:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, haciendo referencia a mi nombramiento como asesora de la estudiante María Andrea Jerez Orozco, ID 000129030. Al respecto se manifiesta que:

- a) Brinde acompañamiento a la estudiante en referencia durante el proceso de elaboración de la tesis denominada **Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de marcas y patentes en Guatemala**.
- b) Durante ese proceso le fueron sugeridas correcciones que realizó conforme los lineamientos proporcionados.
- c) Habiendo leído la versión final del documento, se establece que el mismo constituye un estudio serio en torno al tema investigado, cumpliendo con los requerimientos metodológicos establecidos por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia para esta modalidad académica.

En virtud de lo anterior, por este medio emito DICTAMEN FAVORABLE para que se continúe con los trámites de rigor.

Atentamente,



Licda. Nancy Evanury Galindo Gramajo
Abogada y Notaria

Nancy Evanury Galindo Gramajo

Guatemala, 14 de julio de 2023.

Señores Miembros
Consejo de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia
Universidad Panamericana
Presente

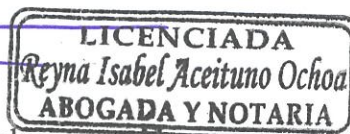
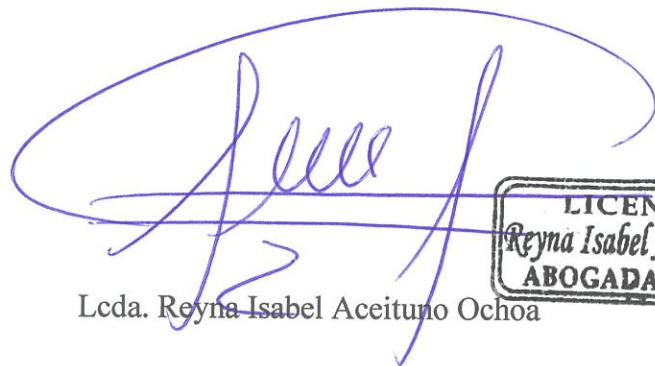
Estimados señores:

Tengo el agrado de dirigirme a ustedes, haciendo referencia a mi nombramiento como revisor metodológico de la tesis del estudiante: **María Andrea Jerez Orozco, ID 000129030**, titulada: **Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de marcas y patentes en Guatemala**. Al respecto me permito manifestarles que, la versión final de la investigación fue objeto de revisión de forma y fondo, estableciendo que la misma constituye un estudio serio que cumple con los requerimientos metodológicos establecidos por la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia para esta modalidad académica.

En virtud de lo anterior, por este medio emito **DICTAMEN FAVORABLE** para que se continúe con los trámites de rigor.

Se hace la aclaración que el estudiante es el único responsable del contenido de la tesis ya indicada.

Atentamente,



Lcda. Reyna Isabel Aceituno Ochoa



UNIVERSIDAD
PANAMERICANA

"Sabiduría ante todo; adquiere sabiduría"

Ref. O.I. 54-2024

ID: 000129030

ORDEN DE IMPRESIÓN DE TESIS DE LICENCIATURA

Nombre del Estudiante: **MARÍA ANDREA JEREZ OROZCO**

Título de la tesis: **SISTEMAS Y DERECHO DE COMPETENCIA EN LA PROTECCIÓN DE MARCAS Y PATENTES EN GUATEMALA**

El Decano de la Facultad de Ciencias Jurídicas y Justicia,

Considerando:

Primero: Que previo a otorgársele el grado académico de Licenciada en Ciencias Jurídicas y de la Justicia, así como los títulos de Abogada y Notaria, la estudiante ya mencionada, ha desarrollado el proceso de investigación y redacción de su tesis de licenciatura.

Segundo: Que tengo a la vista el dictamen favorable emitido por la tutora, Licenciada Nancy Evanury Galindo Gramajo de fecha 5 de mayo del 2023.

Tercero: Que tengo a la vista el dictamen favorable emitido por la revisora, Licenciada Reyna Isabel Aceituno Ochoa de fecha 14 de julio del 2023.

Por tanto,

Autoriza la impresión de la tesis elaborada por la estudiante ya identificada en el acápite del presente documento, como requisito previo a la graduación profesional.

Guatemala, 5 de marzo del 2024

"Sabiduría ante todo, adquiere sabiduría"

Dr. Enrique Fernando Sánchez Usulután
Decano de la Facultad de Ciencias
Jurídicas y Justicia



☎ 1779

🌐 upana.edu.gt

📍 Diagonal 34, 31-43 Zona 16

Dedicatoria

Agradezco a Dios por ser mi guía en todo momento y por darme discernimiento cuando lo necesitaba; doy gracias por poder culminar esta etapa de mi vida satisfactoriamente.

Asimismo, agradezco a mis padres, hermana, abuelos, tía, sobrinas y a mi compañero de vida por su apoyo incondicional, comprensión, amor y paciencia.

Nota: Para efectos legales, únicamente el sustentante es responsable del contenido del presente trabajo.

Índice

Resumen	i
Palabras clave	ii
Introducción	iii
Nociones generales del Derecho de la Competencia	1
Generalidades de la Propiedad Industrial	17
Figuras jurídicas de la Propiedad Industrial y el Derecho de Competencia en materia de Propiedad industrial reconocidas por la legislación guatemalteca y el derecho comparado	38
Conclusiones	70
Referencias	72

Resumen

En este estudio de Derecho Comparado se abordaron los Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de marcas y patentes en Guatemala, en comparación con la regulación existente en Norteamérica, Suramérica y el continente europeo. La importancia de este tópico deviene de la falta de regulación en materia de Competencia en Guatemala que afecta la esfera jurídica y empresarial al no existir plena certeza en los mecanismos de protección de marcas y patentes. El objetivo general fue analizar la relación entre el derecho de competencia y la Propiedad Industrial y determinar si existe justificación de la limitación de la libre competencia, por medio de la protección de marcas y patentes para concluir si la protección de estos se trata de un monopolio legal.

El primer objetivo específico consistió en analizar las políticas y tipos de competencia. Por otro lado, el segundo objetivo específico, se refirió a desarrollar las figuras de Propiedad Industrial, marcas y patentes reconocidas por la legislación guatemalteca. Luego de analizar las legislaciones aplicables se concluyó que se justifica la limitación de la libre competencia en la protección de patentes, ya que es una retribución al titular de la invención, como una forma de recuperar la inversión realizada; además que los derechos exclusivos que otorga son por un plazo determinado. Aunque algunos doctrinarios lo consideran un monopolio legal, ya que en esta figura existe un solo agente económico que tiene la

completa participación en el mercado, y solamente el titular puede hacer uso y explotar la patente

Palabras clave

Derecho de Competencia. Propiedad Industrial. Derecho Comparado.
Sistemas de competencia. Derecho mercantil.

Introducción

En esta investigación se abordará el tema de los Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de marcas y patentes en Guatemala. La aplicación del Derecho de Competencia en materia de Propiedad Industrial en Guatemala constituye un problema jurídico por sí mismo, por la falta de regulación, así como la ausencia de un ente responsable que garantice el cumplimiento de los lineamientos de competencia, por lo que, no se brindan la certeza jurídica necesaria, para la protección de marcas y patentes. Por lo anteriormente mencionado, resulta necesario una norma que regule no solo la competencia desde una perspectiva general, sino que se pronuncie también sobre la protección de marcas y patentes en el ámbito de Derecho de la Competencia.

El objetivo general de la investigación será analizar la relación entre el Derecho de Competencia y la Propiedad Industrial y determinar si existe justificación de la limitación de la libre competencia por medio de la protección de marcas y patentes para concluir si la protección de estos se trata de un monopolio legal. El primer objetivo específico será analizar las políticas y tipos de competencia; mientras que el segundo objetivo específico será, desarrollar las figuras de Propiedad Industrial, marcas y patentes, reconocidas por la legislación guatemalteca. Las razones que justifican el estudio serán la falta de regulación en materia de Competencia en Guatemala, afectando el ámbito jurídico y empresarial,

al no existir certeza de la aplicación de los mecanismos para protección de marcas y patentes.

El interés que tendrá dentro del contexto social, la presente investigación será que los creadores de marcas y propietarios de patentes, tengan certeza jurídica, a través de la implementación de protección en legislación nacional. Siendo el interés de contexto científico, la creación de una ley que regule la protección de marcas y patentes, siendo un avance significativo en el Derecho de Competencia en Guatemala, en materia de Propiedad Industrial, al crear sanciones que se impongan y establecer una institución o ente, que vele por el cumplimiento de las mismas. En cuanto al contenido, en el primer subtítulo se estudiarán las nociones generales del Derecho de la Competencia, incluyendo los antecedentes y su origen, elementos, las políticas de la Competencia y los tipos de Competencia.

En el segundo subtítulo se estudiarán, las generalidades de la Propiedad industrial, en el cual se desarrollarán los antecedentes de la Propiedad Industrial, así como lo relativo a las patentes, los signos distintivos y las marcas. Por último, en el tercer subtítulo se estudiarán, las figuras jurídicas de la Propiedad Industrial y el Derecho de Competencia en materia de Propiedad Industrial reconocidas por la legislación guatemalteca vigente y el Derecho Comparado, en este se incluirá la justificación de la protección por medio de patentes, la justificación de la limitación de la libre competencia por medio de la protección de patentes

y el análisis de la libre competencia en materia de propiedad industrial según la legislación guatemalteca, peruana, estadounidense y española.

Sistemas y Derecho de Competencia en la protección de marcas y patentes en Guatemala

Nociones generales del Derecho de la Competencia

Antecedentes y origen

El Derecho de la Competencia es imprescindible en la protección de marcas y patentes, pues está compuesto por un conjunto de normas que rigen la forma en la que desarrollarán determinados actos desde una perspectiva de lealtad dentro del mercado. En el presente trabajo de investigación se evidencia el rol del Derecho de Competencia en el ámbito de Propiedad Industrial, así como la importancia de su regulación. Miranda Londoño et al (2007), expresa que “el derecho antimonopolístico moderno surge a finales del siglo XIX en E.E.U.U., en el contexto de una sociedad con una economía proteccionista en la cual proliferaron los monopolios los carteles” (p.215).

Continúa argumentando Miranda Londoño et al (2007) que:

El Derecho de la Competencia de E.E.U.U. se originó en 1890 cuando el Congreso aprobó el Proyecto de Ley contra los Monopolios (en inglés, antitrust) presentado por el senador John Sherman de Estado de Ohio: la Ley Sherman, que según el encabezado de la misma es una ley para la protección del comercio contra las restricciones ilegales y los monopolios (p. 217).

Los acuerdos o fenómenos económicos que se daban en esa época eran los acuerdos económicos (en inglés, *corporate trusts*) y cárteles de precios (en inglés, *pooling arrangements*), estos operaban en todo el territorio de Estados Unidos de América y permitían a los empresarios fijar precios y dividirse los mercados convirtiendo estos en prácticas desleales de competencia.

Por su parte, Beconi Ortiz (s.f.), complementa la evolución de la historia del Derecho de la Competencia al señalar que “con posterioridad complementa la referida Ley Sherman la también icónica Ley Clayton o la Clayton Act”; así mismo, Beconi Ortiz (s.f.) refiere que

La Sherman Act establece sanciones para los contratos que atenten al libre comercio y promuevan el monopolio. Por su parte, la Clayton Act establece la ilegalidad de la discriminación de precios, los contratos perjudiciales de exclusividad y las llamadas cláusulas atadas, a la concentración consumada por medio de la abstracción y adquisición de empresas competidoras, así como la integración de los órganos de gobierno (accionistas y directores) por personas vinculadas (p. 1).

El Derecho de Competencia se originó en Estados Unidos de América y fue plasmado y regulado por primera vez por la Ley Sherman la cual normó aspectos generales de competencia, por lo tanto, fue necesaria la implementación de una nueva normativa en materia de Competencia que puntualizara sobre aspectos más específicos, esta es la Ley Clayton (en inglés, *Clayton Act*). El objetivo principal de los instrumentos jurídicos sancionados por el Congreso estadounidense tiene como fin regular las prácticas monopolistas en las que podían incurrir las entidades

comerciales dentro del territorio. Por lo tanto, estos cuerpos normativos prohibían el establecimiento de monopolios, así como cualquier artimaña para restringir el comercio.

Una vez establecido el origen del Derecho de la Competencia, cabe determinar la definición de este, primero, analizando sus elementos por separado y, segundo, definirlo en conjunto. Por un lado, Díaz et al (2011), afirma que la noción de competencia debe concebirse desde dos puntos de vista los cuales se encuentran íntimamente relacionados para lo cual las describen diferenciándolas de la siguiente forma:

Por un lado, aquella centrada en el movimiento de capitales, la cual tiene como objeto mostrar que los precios de mercado son regidos por procesos competitivos y que por eso no son arbitrarios. Por otro lado, los procesos de competencia están presentes en las dinámicas de acumulación económica cuando los agentes económicos buscan apoderarse de los mercados y ampliarlos para así garantizar su poder económico (p. 178).

Por su parte, Cabanellas (2005), señala que la competencia es una “contienda, disputa, oposición, rivalidad sobre todo el comercio y la industria” (p. 412). Se colige que la competencia *per se* es la situación en la que los sujetos de la esfera económica y empresarial concurren en un mercado con el objeto de promover y brindar sus productos y servicios frente a un grupo de consumidores, quienes son los demandantes de ese producto o servicio que ofrecen. Es decir, los consumidores tienen el poder de decisión sobre los productos o servicios que desean adquirir y el fin de las entidades comerciales será desarrollar e implementar estrategias

que, consecuentemente, disminuyan los costos de producción y aumenten las utilidades para posicionarse en el mercado.

Después de haber analizado diversos matices del concepto de competencia, cabe ahondar en el tema objeto de la investigación, el Derecho de la Competencia, Baylos Corroza (1978) lo conceptualiza como “El conjunto de normas que regulan la actividad concurrencial para que prevalezca en el mercado el principio de la competencia y la lucha entre los competidores se desenvuelva con lealtad y corrección” (p.1061). Además, es necesario hacer mención del término *antitrust* el cual es utilizado en Estados Unidos de América para referirse al Derecho de Competencia, el cual se definirá y desarrollará a continuación con el objeto de hacer la integración pertinente del presente caso de estudio.

El término *antitrust*, de acuerdo con el Diccionario de Cambridge (s.f), se define como

Los esfuerzos concernientes a prevenir que las empresas trabajen en colaboración con el objeto de controlar los precios del mercado de forma injusta o de crear monopolios (monopolio: empresa o grupo de empresas que es único o únicos proveedores de un producto o servicio). (Único párrafo.)

La traducción es propia, el texto en original en inglés es el siguiente:
relating to efforts to prevent companies from working together to control prices unfairly or to create monopoly (monopoly: a single company or group of companies that is the only supplier of something).

Del estudio que antecede, se extrae que el Derecho de la Competencia es una rama del derecho que reúne normas y principios jurídicos cuyo fin es proteger la libre competencia, velando que las relaciones comerciales entre los agentes económicos, es decir empresas y comerciantes, actúen dentro de un marco de lealtad en la transacción de las actividades comerciales. Además, existen diversos sistemas en el Derecho de Competencia, como se mencionó anteriormente, el sistema utilizado en Estado Unidos de América es el *antitrust* el cual fue regulado en el siglo XIX con la Ley Sherman cuyo objeto era sancionar las prácticas anticompetitivas que implementaban las empresas como una estrategia para posicionarse en el mercado y obtener más utilidades.

Elementos

El Derecho de la competencia, tal como se mencionó, tiene por objeto promover y proteger la competencia en los mercados aplicando mecanismos y prohibiendo conductas que tiendan a limitar la competencia o competir en el mercado en forma desleal, causando daño a los competidores. El Derecho de la Competencia está compuesto por dos conjuntos de normas imprescindibles para combatir las prácticas abusivas y anticompetitivas que puedan realizar los agentes económicos en el mercado. La primera es el Derecho Antimonopolio y la segunda es el Derecho de la Competencia Desleal. El Derecho Antimonopolio “tiene como objetivo prevenir y sancionar aquellas conductas que tengan como

objetivo limitar la competencia en los mercados. Entre estas conductas se encuentran: cárteles, abuso de posición dominante, control de fusiones, etc.” (Roldan, 2017, párr. 3).

Por otro lado, el Derecho de la Competencia Desleal, “se ocupa de las conductas anticompetitivas de las empresas independientemente de que tengan o no efecto en el mercado. Trata de impedir que las empresas ocupen malas prácticas para dañar a sus competidores o consumidores” (Roldan, 2017, párr. 5). Por lo tanto, el Derecho Antimonopolio tiene por objeto reprimir comportamientos anticompetitivos que puedan ocasionar daño al mercado y a su funcionamiento. En cambio, el Derecho de la Competencia Desleal, resguarda a aquellos agentes empresariales y a los consumidores frente a prácticas anticompetitivas. En conclusión, estos elementos del Derecho de Competencia tienen por objeto asegurar el correcto funcionamiento, así como la existencia del mercado, por lo tanto, procuran que la competencia sea efectiva.

Políticas de la Competencia

Schattan et al (2006) expresa respecto a las políticas de competencia que “la regulación y las políticas de competencia se aplican cuando existen fallas de mercado y este no funciona según el paradigma de la competencia perfecta” (pág. 67). Existen tres estrategias utilizadas por los agentes económicos que pueden afectar la operabilidad y competencia en

un mercado, estas son: concentraciones económicas, abuso de la posición de dominio y los cárteles. La primera figura que puede afectar el funcionamiento del mercado e intervenir en el ejercicio de la competencia es la concentración económica. En la esfera mercantil se entiende por la palabra concentración la conglomeración de varias o de un grupo de empresas o sociedades que fueron constituidas previamente en forma independiente incluyendo la toma de mando, en forma total o parcial, de esta. Y el control es el poder de decisión que posee una empresa.

Bercovitz (2001), al analizar el tema de las concentraciones económicas, enuncia que:

Resulta también una restricción a la competencia cuando se modifica la propia estructura del mercado, al desaparecer alguno o algunos de sus competidores con peso significativo en el mercado, por cuanto entonces la competencia se ve afectada al ser menor el número de competidores (p. 234).

Asimismo, existen actos característicos de las concentraciones económicas, especialmente aquellos que tienden a disminuir el número de empresas en el mercado: Fusiones de varias empresas constituidas con anterioridades como independientes; compras de acciones u otras participaciones de capital por una sociedad competidora, sociedades holding. (Derecho de Corrección Económica: Defensa de la Competencia y Competencia Desleal, 2015, p. 33, 34).

De lo estudiado en los párrafos que anteceden se entiende que las concentraciones económicas son los actos ejercidos por agentes económicos destinados a obtener un control total o parcial sobre otro agente o bien, dos o más agentes económicos se fusionan con el objeto de crear un tercer agente que tenga un control más amplio y estas puedan ejercer un control de forma conjunta. Tal como se indicó, los actos más comunes en las concentraciones económicas son de adquisición, ya sea de activos, acciones, participaciones, etc. y de fusión. Estos actos tienen como consecuencia violentar o impedir la libre competencia con relación a bienes o servicios que sean similares o estén íntimamente relacionados. Y en última instancia las concentraciones económicas pueden dar lugar a la creación de posiciones de dominio, figura que ocupa el siguiente apartado.

La segunda situación que tiene una injerencia directa en el funcionamiento del mercado y consecuentemente afecta la libre competencia es el abuso de posición de dominio. En primer lugar, cabe definir la posición de dominio *per se* para que seguidamente pueda conceptualizarse, analizarse y distinguirse del abuso de la posición de dominio. Para esto, resulta preciso exponer lo que dicta la legislación peruana al respecto

Se entiende que un agente económico goza de posición de dominio en un mercado relevante cuando tiene la posibilidad de restringir, afectar o distorsionar en forma sustancial las condiciones de la oferta o demanda en dicho mercado, sin que sus competidores,

proveedores o clientes, puedan, en ese momento o en un futuro inmediato, contrarrestar dicha posibilidad (Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas, 2008, artículo 7).

Por lo tanto, la posición de dominio implica la posibilidad de una empresa de impedir la libre competencia debido a que esta ostenta características que le permiten ejercer esa posición dominante en el mercado. De las definiciones que han sido desarrolladas se extrae que existen elementos inherentes a la posición de dominio y de estos destaca la independencia de la empresa en cuanto a los competidores, proveedores y consumidores, el dominio en el mercado al cual están dirigidos sus productos o servicios, la cuota del mercado debe ser significativamente mayor respecto a la competencia y el poder del mercado debe ser por un tiempo prolongado. A criterio del Tribunal de Justicia de Comunidades Europeas y los legisladores de la República de Perú, la posición de dominio *per se* no constituye una conducta violatoria de la libre competencia y tampoco está regulada como ilícita.

Ahora, cabe definir el *abuso* propiamente con el objeto de delimitar la diferencia entre una posición de dominio y el abuso de la posición de dominio. El diccionario de la Real Academia Española (s.f.) define *abusar* como “Hacer uso excesivo, injusto o indebido de algo o alguien” (primer párrafo) y define *abuso* en materia de competencia, específicamente en cuanto la posición de dominio, exponiendo que se trata de “actuación comercial prohibida que se prevale de una situación de ventaja” (quinto párrafo). A su vez, la Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas,

(1034), de Perú, clasifica el *abuso de la posición de dominio* como una conducta anticompetitiva “existe abuso cuando un agente económico que ostenta posición dominante en el mercado relevante utiliza esta posición para restringir de manera indebida la competencia, obteniendo beneficios y perjudicando a competidores reales o potenciales...” (artículo 10).

De lo anteriormente expuesto se colige que el abuso de la posición de dominio es una práctica anticompetitiva que tiene por objeto restringir la libre competencia para los demás competidores en el mercado. La empresa o grupos de empresas que gozan de una posición de dominio tienen la posibilidad de ejercer su actividad comercial independientemente de sus proveedores, distribuidores, competidores y del consumidor, pero al abusar de esta posición de dominio atentan contra el correcto funcionamiento del mercado. Por lo tanto, quienes ostentan una posición de dominio podrán ejercerlo en forma legítima siempre y en cuanto no abusen de ella y transgredan los derechos de los demás competidores y consumidores ocasionando un caos en el mercado afectando la libre competencia.

La tercera figura que restringe la competencia en el mercado es el cártel. Esta figura, definida por la Ley de Defensa de la Competencia (1034), de la legislación española es “todo acuerdo o práctica concentrada entre dos o más competidores cuyo objetivo consista en coordinar su comportamiento competitivo en el mercado o influir en los parámetros de

la competencia...” (disposición adicional cuarta). Esta figura se ejemplifica con la sentencia proferida por Tribunal de Defensa de la Competencia (1999), en la cual resolvió que los documentos y las pruebas aportadas al proceso demostraron que las mismas azucareras se concentraban para anunciar y fijar uniformemente los precios y no existía ningún indicio que determinara que los propios clientes fueron quienes comunicaron a las azucareras el aumento de precio del azúcar (p. 50).

Por lo tanto, los cárteles constituyen una práctica anticompetitiva acordada entre competidores la cual ocasiona efectos negativos sobre la competencia. Existe similitud entre el cártel y la concentración económica, sin embargo, cabe diferenciar estas figuras distinguiendo que en las concentraciones económicas generalmente se generan fusiones entre las empresas mientras que en los cárteles las empresas únicamente acuerdan fijar determinados precios para los servicios o productos que ofrecen o el segmento al que cada una se dirigirá con el objeto de ejercer un control sobre el mercado y, consecuentemente, de la competencia. En los cárteles podrán darse prácticas como la coordinación y fijación de precios de venta o compra, reparto de clientes, entre otras.

Esto no quiere decir que las fusiones entre las empresas serán necesariamente con el objeto de crear concentraciones económicas puesto que podrían fusionarse dos empresas que tengan pequeñas cuotas en el mercado, no obstante, resulta preocupante cuando las empresas se

fusionan con el objeto de ejercer el poder de mercado en forma conjunta cuando este ya está muy concentrado y esta fusión facilite el control de precios y transgreda el derecho de los demás competidores. De esta forma también se estarían violentando de forma indirecta los derechos de los consumidores en vista que son pocos oferentes de un producto o servicio por los mismos arreglos que los mismos han llevado a cabo.

Tipos de competencia

Existen diversos tipos de mercado según la competencia, estos varían constantemente y depende principalmente de los competidores puesto que un mercado con concurrencia competitiva puede convertirse uno con competencia media o incluso sin competencia. A continuación, se presentan las principales estructuras de mercado según el tipo de competencia que predomina en este. En primer lugar, la competencia perfecta es conceptualizada por Bocanegra Gastélum (2005) como:

Los movimientos de los precios, donde la industria encuentra el precio de equilibrio en el mercado, es decir, el precio en el que cada empresa va a decidir su permanencia en el mismo, con una tasa natural de ganancia, y satisfaciendo la demanda efectiva (p. 22).

Por otro lado, Zorrilla Arena (2004) señala que la competencia perfecta es “aquella situación donde se tiene infinidad de vendedores de un producto idéntico, cada cual actuando independientemente y en una magnitud muy pequeña con relación al mercado total, de tal manera que no se ejerce ninguna influencia sobre el precio” (p. 34). Cabe agregar los

elementos que comprenden la competencia perfecta ya que es una industria donde: existen varias empresas que venden idénticos productos a gran número de compradores; el ingreso a la industria no está restringido; las empresas establecidas no tienen ventaja con respecto a las nuevas; tanto los compradores como vendedores y están bien informados acerca de los precios (Economía, 2004, p. 234).

Por lo tanto, se deduce que la competencia perfecta se refiere a una situación en la que no existen ventajas competitivas puesto que todas las empresas producen productos similares, no existen restricciones para que una empresa se incorpore o salga del mercado y no existe un líder *per se*, consecuentemente, todos los competidores tienen los mismos beneficios. El mercado será quien determine los precios de los productos y servicios como parte de la teoría de la oferta y demanda, y no supondrá injerencia de los compradores ni vendedores en los precios. Este tipo de competencia se considera una utopía ya que ningún mercado es realmente perfecto ni presenta las condiciones perfectas para que esto se dé, aunque sí hay algunos mejores regulados que otros. A continuación, se seguirán exponiendo los demás tipos de competencia para su posterior análisis.

En segundo lugar, la competencia imperfecta, al respecto, Ávila (2004) afirma que “se considera como imperfecta toda competencia en la que existen restricciones concretas que dañan el libre mercado, por tener un mayor grado de control en la producción y precios” (p. 159). Asimismo,

señala que las principales características de la competencia imperfecta son:

Reducido número de oferentes, por lo tanto, uno solo podría influir en la modificación de precios; existen productos diferenciados, aunque estos no están tipificados; no hay plena libertad para permitir la entrada de nuevos oferentes al mercado; no existe completo conocimiento de todos los movimientos ocurridos en el mercado (p. 159).

Es preciso señalar que la competencia imperfecta es aquella en la cual las entidades comerciales tienen control sobre la producción y el precio de los productos o servicios que ofrecen. Por lo tanto, existe una injerencia en el mercado ya que irrumpe en la teoría de la oferta y demanda con el objeto de manejarla a conveniencia de las empresas. La competencia perfecta es opuesta a la competencia imperfecta ya que en la primera los agentes económicos podrán ingresar al mercado sin obstáculos o barreras y podrán salir de él de la misma forma mientras que en la segunda, no existe libertad para las empresas para ingresar y salir del mismo. Además, en la competencia imperfecta, debido a que existen pocos oferentes, es común que los precios sean afectados fácilmente mientras que en la competencia perfecta será el mercado quien determine los precios según la oferta y la demanda.

Seguidamente, se encuentra la figura del monopolio la cual Zorrilla Arena (2004) expone como “aquella situación donde se tiene un solo vendedor de un producto que no tiene sustituto, y que ejerce un total dominio sobre el precio” (p. 135). Por su parte, Keat et al (2004) manifiesta que “En el

caso de un monopolio, la empresa es toda la oferta del mercado. Este monopolio de oferta otorga a empresa el poder de establecer cualquier precio que desee” (p. 426). Es decir que cuando se trata de un monopolio, este generalmente constituye una industria entera en vez de una porción de aquella y esto ocasiona que el monopolista pueda ejercer un control absoluto o intervenir de forma directa en el precio de sus productos o servicios consecuentemente afectando el modelo de oferta y demanda y por ende a los consumidores.

De lo anteriormente descrito se concluye que el monopolio es una figura de la esfera económica en la cual existe un solo oferente de determinado producto o servicio y este mismo domina el mercado de la oferta por lo cual podrá modificar los precios de sus productos o servicios a su conveniencia con el objeto de obtener la mayor cantidad de utilidades posible. Los consumidores que deseen adquirir los productos de la empresa monopolista deberán acudir y aceptar las condiciones impuestas por la misma. La estrategia de las empresas monopolistas es reducir la cantidad producida al mismo tiempo que aumentan los precios para obtener mayores ganancias puesto que no existe otra empresa que ofrezca un producto similar y los compradores deberán adquirir los productos con esta empresa o quedarse sin él.

Por último, el oligopolio es aquella estructura que prevalece en un mercado en el que existen empresas líderes, las cuales pueden influir en los precios y los pequeños empresarios no son competencia para los líderes del mercado. Es importante destacar la descripción de Jaén García (2013) acerca del oligopolio como una estructura de mercado, señala:

En un mercado oligopolístico hay un número limitado de empresas. El mercado se caracteriza porque la demanda de una empresa depende no solo de la propia empresa sino de todas las demás que están en el mercado. Esto limita su poder de mercado con respecto a una situación de monopolio, aunque este poder es superior al nulo que tiene una empresa en competencia perfecta (p. 273).

Rionda Ramírez (2006), expone que “Los mercados oligopolísticos son aquellos donde existen algunos productores que se han identificado y por lo mismo, llegan a tomar medidas de diferenciación de sus productos, como estrategias de distribución con la finalidad de lograr mercados preferenciales” (p. 73). Y agrega Rionda Ramírez (2006), que “Uno de los rasgos más destacables es que el producto tiene cierta diferenciación y por ello, el empresario tiene influencia sobre su mercado manipulando el precio o bien creando cierta escasez del producto respecto a la demanda del mismo” (p. 73). Debido a que el número de vendedores u oferentes es muy reducido en el mercado, estos tienen la posibilidad de controlar y acaparar las ventas y en ocasiones incluso planifican la repartición del mercado según la geografía o segmentación con el objeto de ostentar una exclusividad sobre determinado segmento.

En conclusión, los oligopolios son una estructura de mercado, compuestas por una cantidad reducida de competidores quienes tiene el mismo poder de mercado, es decir, pueden influir tanto en el precio como en la cantidad de productos o servicios que ofertarán al público. Esta figura se considera un intermedio entre monopolio y la competencia imperfecta, puesto que contrario al monopolio, existen más empresas que ofrecen los mismos productos, no tan fácilmente diferenciables, y, en consecuencia, estas también pueden influir en el mercado. Además, estos agentes económicos oligopolísticos, generalmente, se organizan para segmentar sus productos o servicios y dirigirlos a un área geográfica específica para mantener su posición dominante en el mercado.

Generalidades de la Propiedad Industrial

Antecedentes

Para definir y desarrollar los aspectos propios de la Propiedad Industrial resulta preciso indicar su procedencia y origen. La propiedad Industrial, es una de las dos ramas de la Propiedad Intelectual que conceptualiza la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual como “las creaciones de la mente: invenciones, obras literarias y artísticas, así como símbolos, nombres e imágenes utilizados en el comercio” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, s.f., párr. 1). De igual forma, el Convenio que establece la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual hace

alusión a los derechos relativos a la Propiedad Intelectual, así como las obras literarias, artísticas y científicas, las invenciones del intelecto humano, los dibujos y modelos industriales, las marcas de fábrica, de comercio y de servicio, además, la protección de la competencia desleal y demás derechos relacionados a la actividad intelectual (Convenio que establece la OMPI, 1967, artículo 2).

Tal como se mencionó anteriormente, la Propiedad Intelectual se subdivide en dos categorías, la primera, la propiedad industrial; la segunda, el derecho de autor. Ahora, resulta oportuno enfocarse en el tema central de investigación, la propiedad industrial. Dentro del presente apartado de antecedentes, se estudiará el origen de la Propiedad Industrial, seguidamente, se revisará el concepto de esta según estudiosos del derecho, previo a analizar el problema y para una mejor comprensión de este. Otros temas de interés que se desarrollarán serán las vertientes de la propiedad industrial incluyendo patentes y los signos distintivos específicamente la marca, sus principios, derechos características y registro de la misma.

De la Propiedad Industrial derivan tres categorías, la primera son las invenciones, la segunda, los signos distintivos y, la tercera, los diseños. Para efectos de esta investigación se destacan las patentes, las cuales se encuentran en la categoría de invenciones y, las marcas, están subsumidas en los signos distintivos. Primero, respecto a los antecedentes legislativos

de las patentes cabe destacar la Ley de Patentes aprobada por el Senado de Venecia en XV la cual tenía por objeto la protección de cualquier invento proveniente del intelecto humano a través del registro. Seguidamente, en Inglaterra se implementó el Estatuto de Monopolio en 1624 el cual permitía al Monarca conceder monopolio sobre las invenciones (Condiciones básicas para la protección legal de las Invenciones y el Derecho a las patentes, 1997, p. 4).

Años después en el Estado de Massachusetts de Estados Unidos de América, se prohibió esta práctica de concesión de monopolio, exceptuando aquellas invenciones provechosas para el país y otorgándolo por un corto periodo de tiempo. En 1790 destaca la Ley Norteamericana de Patentes promulgada por el Presidente Washington y en 1791 se publicó la primera Ley sobre Patentes en Francia. Después, en 1820 se aprobó la Ley española sobre patentes y junto con la de Francia fueron utilizadas por los legisladores latinoamericanos como fundamento y base para la creación de las normas relativas al tema de patentes en dicha región (Condiciones básicas para la protección legal de las Invenciones y el Derecho a las patentes, 1997, p. 4).

Por otro lado, los antecedentes históricos-legislativos más relevantes de las marcas son tres. El primero de ellos, la Ley de Marca de fábrica y productos fue aprobada en Francia en 1857, el objeto de esta, además de proteger los nombres comerciales, era el establecimiento de un sistema de

depósito de los signos marcarios, así como regular la concesión de los derechos de propiedad industrial (Rodríguez et al. 2014, p. 6). En segundo lugar, el Merchandise Marks Act fue aprobada por el parlamento del Reino Unido en 1887 en la cual se reguló el delito de copiar una marca de un tercero puesto que en ese momento existían muchos comerciantes extranjeros que falsamente declaraban que la mercancía que vendían eran fabricados en Gran Bretaña y bajo ese supuesto los vendían en los mercados de Europa.

Ley de Registro de Marcas Comerciales se aprobó en 1875 la cual tenía como fin la defensa de las marcas registradas frente a infractores que utilizaran la marca sin autorización. Asimismo, se reguló el derecho de prioridad y la protección de las marcas notorias. Derivado de lo anterior, resulta trascendente resaltar el objeto de la protección de la propiedad industrial el cual se encuentra regulado en legislación internacional donde se establece:

La protección de la propiedad industrial tiene por objeto las patentes de invención, los modelos de utilidad, los dibujos o modelos industriales, las marcas de fábrica o de comercio, las marcas de servicio, el nombre comercial, las indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de la competencia desleal (Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial., 1883, artículo 1).

En síntesis, de lo anteriormente expuesto, se entiende que la Propiedad Industrial es una de las dos ramas de la Propiedad Intelectual e implica la protección de la propiedad de una marca, patente y diseños industriales.

Por lo tanto, es un conjunto de derechos que proporcionan la exclusividad al titular del derecho de la actividad innovadora plasmada en nuevos productos, nuevos diseños y también procedimientos. A lo largo de la historia se han protegido diversos derechos que han provisto la protección necesaria a las creaciones de la mente y también a sus creadores y esta misma protección ha permitido que más personas busquen innovar porque tienen la certeza que habrá una protección para su creación.

Patentes

Como se dijo anteriormente el presente trabajo de investigación basa su estudio en dos elementos, siendo uno de ellos las patentes, por ello la importancia de definir su concepto. A continuación, se expondrán definiciones tanto de autores conocedores del Derecho como aquella que otorga la legislación. Por un lado, Ossorio (2011) expresa que la patente es un “certificado que protege un invento o alguna otra actividad u objeto de industria” (p. 695). Por su parte la legislación guatemalteca define las patentes en la Ley de Propiedad Industrial (57-2000), establece en su parte conducente, “El título otorgado por el Estado que ampara el derecho del inventor o del titular con respecto a una invención, cuyos efectos y alcance están determinados por esta ley” (artículo 4).

Por lo tanto, la patente es el título que extiende el Estado en el cual acredita que una persona es propietaria de una invención, y, en consecuencia, este documento legal ampara el derecho del titular de una invención. La invención se refiere a la creación del intelecto humano a través del cual se transforma la materia para aprovechamiento del hombre y así satisfacer sus necesidades. Las invenciones que pretenden protegerse deben materializarse, debe intervenir la invención o intelecto humano y debe implicar un aprovechamiento de la materia de la naturaleza. La protección garantizada por el estado proporciona certeza jurídica al inventor e incentiva nuevas invenciones dentro de la sociedad.

Signos distintivos

El signo distintivo, de acuerdo con lo que establece la Ley de Propiedad Industrial (57-2000), es “cualquier signo que constituya una marca, un nombre comercial, un emblema, una expresión o señal de publicidad, una indicación geográfica o una denominación de origen” (artículo 4). El objetivo principal de un signo distintivo es diferenciar productos o servicios de un comerciante sobre los de otro. Consecuentemente, el signo distintivo es de vital importancia dentro del mercado ya que, por el nombre, la imagen u objeto se diferencian servicios o productos, otorgando el desarrollo que las empresas locales e internacionales buscan; es por esto que resulta imprescindible tener conocimiento de las formas

de protección de los mismos ya que constituyen un diferenciador respecto a los competidores.

La marca

Ossorio (2011) expresa que la marca de fábrica y de comercio es

La señal o signo distintivo que el industrial pone a sus productos, estos signos industriales o mercantiles -nombres y dibujos casi siempre – cumplen con el fin de identificar y diferenciar los productos manufacturados y de circulación en el comercio. De ese modo se los señala a la atención del consumidor y se permite que el fabricante, o quien se encargue de la venta, los acredite o difunda (p. 574).

Por su parte, la Ley de Propiedad Industrial (57-2000), define la marca, y en su parte conducente estipula “Todo signo que sea apto para distinguir los productos o servicios producidos, comercializados o prestados por una persona individual o jurídica de otros productos o servicios idénticos o similares que sean producidos, comercializados o prestados por otra” (artículo 4).

La marca se define como un signo distintivo, el cual es susceptible de representación gráfica, la cual tiene como objeto distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras. Los principales requisitos de la marca serán la representación adecuada y la aptitud diferenciadora puesto que es imprescindible que esta sea útil para diferenciarse entre todos los productos o servicios, es por ello que se concede un derecho de uso exclusivo para productos o servicios

específicos. La trascendencia del uso exclusivo de una marca deriva en que este diferenciador constituye un componente fundamental para las empresas que buscan crecer y posicionarse en el mercado.

Tomando en cuenta la legislación nacional e internacional, las marcas se pueden clasificar por tradicionales, no tradicionales y otras marcas. Entre las marcas no tradicionales figuras las denominativas, las figurativas y las mixtas. Las denominativas se componen exclusivamente del nombre con el que el productor identifica el producto o servicio, por ejemplo: el nombre de la marca “Adidas”. Las figurativas son aquellas representadas únicamente por imágenes o figuras, por ejemplo: las tres líneas diagonales de la marca “Adidas”. Y las marcas mixtas son la combinación de las denominativas y figurativas. Por ejemplo, McDonald’s cuando se combina la “M” que es la figurativa con la denominativa que es la palabra “McDonald’s”.

Las marcas no tradicionales incluyen las sonoras, olfativas, tridimensionales, la imagen comercial o *trade dress* y color. Las marcas sonoras son aquellas que están representadas en un sonido la cual se plasma en un pentagrama el cual es la descripción de dicho sonido. Las marcas olfativas son una innovación en el ámbito marcario puesto que resulta una cuestión subjetiva registrar el olor que desprende un producto. Las tridimensionales son aquellas marcas que se representan en un envase, producto o empaque con forma tridimensional, por lo tanto, la marca

como tal será la forma del producto. La imagen comercial está conformada por un conjunto de signos distintivos de identifican al comercio y lo distinguen de otros. El color como marca refiere a que este será el signo distintivo que diferenciará un producto o servicio de otro.

En el tercer grupo que refiere a otras marcas se encuentran las notorias, renombradas, colectivas y de certificación. Las notorias son aquellas conocidas por los consumidores de la clase de productos o servicios a los que se dirige la marca. La renombrada es aquella conocida por el público en general y no solo por un sector determinado del mercado. La marca colectiva, según García Muñoz- Nájjar (2006), es “una marca que va a servir para distinguir un origen o cualquiera otra característica particular de productos o servicios que pertenecen a empresa o personas diferentes y que son utilizadas bajo el control de un único titular” (p. 2). Es decir que las marcas colectivas son aquellas en las que el titular es una persona jurídica que agrupa a personas autorizadas por este mismo titular para utilizar su marca. Marca de certificación es aquella que se aplica a productos o servicios cuya calidad, características o procedimiento ha sido certificada por el titular de la marca.

También cabe mencionar, dentro del tema de la marca, aquellos principios rectores de las marcas. Para referirse a estos principios cabe mencionar a Riofrío Martínez-Villalba (2014), quien establece once principios que rigen las marcas, estos son:

Principio de veracidad e identidad, principio de no confusión, principio de unidad, principio de buena fe, principio de legítima defensa del signo propio, principio de temporalidad, principio de territorialidad, principio de especialidad, principio de libre opción, principio de mínimo uso, y principio de registrabilidad (p. 207).

Estos principios son imprescindibles en el tema de marcas y son vitales para entender la naturaleza de esta figura

Sobre el principio de veracidad, Riofrío Martínez Villalba (2014), expresa “el signo es el instrumento para adecuar la realidad al pensamiento” (p.207). El primero, de acuerdo con Riofrío Martínez-Villalba (2014) refiere a “la prohibición de registrar una marca que pueda inducir a error, engaño o confusión” (p. 207) puesto que la identidad es, además de un principio, un elemento inherente a las marcas ya que permite identificar y diferenciar una de otras. La doble identidad de las marcas es considerada por la legislación guatemalteca como una prohibición autónoma, esta quiere decir que la marca y los productos en los que se encuentra plasmada esa marca son idénticos, no existe variación entre las marcas y son iguales, por lo tanto, se da una doble identidad y la restricción está encaminada a la protección del consumidor.

Asimismo, destaca la figura de la confusión la cual se encuentra íntimamente ligada con el segundo principio, principio de no confusión y esta puede ser de dos tipos, estos son la confusión directa e indirecta o riesgo de asociación. La primera hace referencia a que la confusión se crea cuando el consumidor elige un producto pensando que se trata de otro.

Mientras que la asociación indirecta o riesgo de asociación se da cuando el consumidor adquiere un producto pensando que tiene la misma procedencia empresarial que otro, aunque los productos o servicios que las marcas amparan no necesariamente son similares. Cabe resaltar que el principio de no confusión se complementa con el de veracidad en el sentido ya que el de no confusión promueve la veracidad hacia el público sobre el producto, evitar que exista confusión de productos o para el consumidor y el de veracidad busca que este no sea engañoso.

El tercer principio es el de unidad el cual consagra que el signo distintivo está relacionado al individuo puesto que los signos pertenecen a este. El siguiente principio es el de buena fe el cual no es únicamente propio de las marcas sino también de la propiedad intelectual en general y en consecuencia de la propiedad industrial pues cada uno de los actos y procedimientos debe regirse por este principio. Ossorio (2011), expresa que la buena fe es un “convencimiento, en quien realiza un acto o hecho jurídico, de que este es verdadero, lícito y justo” (pág. 133). Corolario de lo anterior, debe señalarse que la buena fe en la propiedad industrial y en las marcas sugiere el aprovechamiento de derecho del cual es titular sin afectar los derechos de terceros.

El quinto principio es, el de la legítima defensa del signo propio y al respecto Rifrío Martínez-Villalba (2014), manifiesta que “quien tiene un derecho también tiene derecho a defenderlo” (p. 211). Este principio,

puede hacerse valer en el ámbito marcario y su única limitación es, que no podrá protegerse el derecho del individuo, sobre una marca, cuando derivado de la protección se transgredan derechos de terceros. Seguidamente, el principio de temporalidad se refiere a que los signos distintivos tienen un límite de protección, la cual podrá ser renovada pero que, desde el principio, desde su primer registro, no será eterno (Rifrió Martínez-Villalba, 2014, p. 212).

Los casos que constituyen una excepción al principio expuesto son las denominaciones de origen y las indicaciones geográficas (Anónimo, s.f., p. 12). Para justificar la excepción al principio desarrollado es necesario definir los signos distintivos. La indicación geográfica se divide en la indicación geográfica *per se* y la denominación de origen. La primera es un signo distintivo que identifica a un producto por su procedencia geográfica y este último elemento en que se distingue de la marca pues esta identifica a un producto por su procedencia empresarial. La segunda es la denominación de origen para la cual Ossorio (2011) expresa “nombre de un lugar o comarca conocido por un producto acreditado; se prohíbe el empleo a quienes no pertenezcan a tal punto, para evitar la competencia desleal y la falsa indicación de procedencia” (p. 289).

La diferencia medular de estos signos distintivos recae en el vínculo que existe entre el territorio y el producto. Por un lado, la denominación de origen será aplicable cuando todo el proceso de elaboración de un

producto se lleve en la misma región, por lo tanto, el vínculo es más estrecho. Por otro lado, en la indicación geográfica es posible que no todo el proceso de elaboración y producción del producto se lleve a cabo en la región o lugar geográfico sino únicamente parte de esta. En las razones antes expuestas se encuentra el porqué de la protección indefinida puesto que se protegerá mientras la región produzca el producto. Y debe distinguirse la marca de la indicación geográfica ya que los productos de las indicaciones geográficas se distinguen por las marcas que estos tengan.

El Tercer Tribunal en Materia Administrativa del Primer Circuito de México (1995), conceptualizó el principio de territorialidad expresando para el efecto “la protección de la marca se encuentra circunscrita a los límites del país en donde ha sido registrada” (p. 10). Es decir que el principio de territorialidad refiere a que los efectos del derecho conferido se ciñen al territorio del Estado en el cual se registró y adquirió el derecho. La Secretaría del Comité Permanente sobre el Derecho de marcas, diseños industriales e indicaciones geográficas (2007), se ha pronunciado respecto al principio de especialidad y es de la opinión que:

Solo puede hacerse valer en lo que respecta a los productos y servicios.... En principio, es posible que terceros utilicen una marca idéntica para productos o servicios que no se parezcan a aquellos a los que se aplique la marca... (p. 9).

Por lo tanto, el principio de especialidad refiere a que cada marca registrada tiene por objeto identificar un producto o servicio específico, derivado de ello, se registran y clasifican según la categoría para la cual

será utilizada, para el efecto se utiliza la clasificación de NIZA la cual provee las clases y tipos de servicios y productos. Destaca que el principal objetivo de este principio es que no se limite el comercio. Seguidamente, el principio de libre opción, el cual proporciona al individuo la posibilidad de elaborar su marca a su gusto, únicamente limitado por las normas de orden público, así como por las prohibiciones expresas establecidas en la Ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000, del Congreso de la República de Guatemala. Por lo tanto, el diseño y elementos inherentes a la marca quedan a discreción del individuo que pretende utilizarla sin incurrir en causales de irregistrabilidad.

El décimo principio es el de mínimo uso. El objeto de crear y registrar una marca es distinguir un producto o servicio de otro, por tanto, la marca debe utilizarse pues en caso contrario podría solicitarse la cancelación por falta de uso de esta cuando existiere una persona interesada que desee utilizar esa marca, así lo regula la ley de la materia estableciendo que los procedimientos relativos al ejercicio de las acciones reguladas en esta norma se tramitarán en la vía oral (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 182). El plazo que debe transcurrir sin que se haya hecho uso de la marca para que proceda su cancelación es de cinco años (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 66).

El último principio es el de registrabilidad. Anónimo. (s.f), explica al respecto que “conforme a este principio, el derecho exclusivo sobre los signos distintivos se obtiene a partir de su registro ante la autoridad competente del país en el que busca protección” (p. 12). Aunado a ello, se expresa que “este principio tiene una excepción en el caso del nombre comercial” (Anónimo, s.f. p. 12). La condición *sine qua non* para el registro de una marca es la distintividad que esta tenga frente a las demás que ya se encuentran registradas. Es por esta razón que el Registro de Propiedad Intelectual de Guatemala utiliza las reglas para calificar la semejanza cuando realiza el examen de fondo, establecidas en el artículo 29 de la Ley de Propiedad Industrial.

Después de haber mencionado los principios, es necesario mencionar el procedimiento para el registro de las marcas. El registro de las marcas se encuentra regulado en la Ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000, del Congreso de la República de Guatemala, en los artículos del 22 al 30. En estos establece el procedimiento para la inscripción de una marca, así como las incidencias durante el proceso de registro. Las obligaciones previas para el registro de una marca están encaminadas a verificar que la marca que desea registrarse es original. Además, verificar que no encuadre en las prohibiciones establecidas en la ley ni sea similar a una marca solicitada con anterioridad. Una vez elegida la marca que desea registrarse debe realizarse una búsqueda retrospectiva para verificar si

existe una marca similar a la que se pretende registrar en el Registro de Propiedad Intelectual o bien se encuentra en trámite para registro.

La legislación regula que el procedimiento del registro inicia con la solicitud de registro la cual debe cumplir con los requerimientos consignados en el mismo. Acto seguido, el Registro realizará un examen de forma y analizará si la solicitud cumple con todos los requisitos, si no cumpliera con estos, se suspenderá la solicitud de registro y concederá el plazo de un mes para subsanar errores si incumpliera con el requerimiento se tendrá por abandonada la solicitud y se pierde el derecho de prelación (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 22). Comprender el derecho de prelación resulta indispensable pues se refiere al derecho de obtener el registro de la marca si la solicitud de inscripción se hubiere realizado de primero, este se circunscribe al ámbito nacional mientras que el ámbito internacional se conoce como derecho de prioridad.

Si al realizar el examen de forma el Registro determina que la solicitud cumple con los requisitos, procederá a realizar el examen de novedad, también llamado de fondo. Seguidamente, en el examen de fondo se verifica que no exista una marca similar o idéntica previamente registrada; si el Registro verifica que concurre alguna prohibición absoluta o relativa, procederá a objetar la solicitud y en caso el Registro objete la solicitud se concederá al solicitante el plazo de dos meses para que desvirtúe la objeción presentando las pruebas para el efecto prelación (Ley de

Propiedad Industrial, 2000, artículo 25). Se declarará sin lugar la defensa de la objeción y con lugar la irregistrabilidad de la marca cuando las pruebas no fueren suficientes para desvirtuar la objeción, el único recurso que podrá plantearse contra esta resolución será la revocatoria.

Posteriormente, el Registro emitirá el Edicto, el cual deberá publicarse en el Diario de Centroamérica tres veces, en el plazo de quince días y es necesario que cumpla con los requisitos (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 26). Una vez publicado, podrán presentarse oposiciones contra la solicitud de registro de una marca dentro del plazo de dos meses contados a partir de la fecha de la primera publicación del edicto. Se concederá audiencia al solicitante de la marca para que se pronuncie respecto a la oposición y cuando fuere necesario se abrirá a prueba por el término común de dos meses; el Registro resolverá respecto a la oposición y el único recurso que puede invocarse es la revocatoria (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 27). Si no existiere oposición el Registro ordenará la inscripción de la marca y la emisión del certificado de su registro, previo pago de la tasa respectiva (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 28).

Habiendo establecido el procedimiento para registro de las marcas en Guatemala, vale la pena mencionar aquellos derechos conferidos por el registro de la misma y las limitaciones al derecho sobre la marca. Anteriormente, en el apartado de los principios que rigen las marcas, se

hizo alusión del principio de registrabilidad, el cual consiste en que los derechos que derivan del registro de una marca empiezan a surtir a partir de la resolución favorable de la inscripción por parte del Registro de Propiedad Intelectual de Guatemala. Los derechos que derivan del registro de una marca se encuentran establecidos expresamente en la Ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000, del Congreso de la República de Guatemala en el artículo 35, sin embargo, únicamente se hará mención de aquellos que resultan relevantes para la presente investigación.

En cuanto a los derechos regulados en la legislación guatemalteca, pueden:

Oponerse al registro de un signo distintivo idéntico o semejante para identificar productos iguales o semejantes a aquellos para los cuales se ha registrado la marca, o para productos o servicios diferentes, aún si están comprendidos en otra clase de clasificación marcaria, cuando pudieren causar confusión o riesgo de asociación (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 35 literal a).

En este caso el Registro de Propiedad Intelectual, procederá a realizar el respectivo examen de fondo en el que analizará las reglas para calificar la semejanza y determinará si efectivamente existe riesgo de asociación o confusión.

Seguidamente, la legislación vigente aplicable hace mención a otro derecho como lo es;

Hacer cesar judicialmente el uso, la aplicación o la colocación de la marca o signo distintivo idéntico o semejante, por parte de un tercero no autorizado, para identificar productos iguales o semejantes a aquellos para los cuales se ha registrado una marca, o para productos

o servicios diferentes cuando puedan causar confusión (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 35 literal b).

Por lo tanto, un tercero que desee hacer uso de una marca que ya se encuentra registrada y es propiedad de otro individuo debe solicitar una licencia de uso para poder explotarla.

También resulta aplicable lo relativo a solicitar y obtener las providencias cautelares contra aquellas personas que realicen los actos establecidos en la ley, encaminados a perjudicar a la persona cuya marca se encuentra debidamente protegida. Regulado en la Ley de Propiedad Industrial (57-2000), donde establece “cometan o intenten cometer actos de competencia desleal en contra suya” (artículo 35 literal f numeral romano iv). Esto tendrá como fin la protección de los derechos de quien ostenta el derecho sobre la marca, así como, aquellos casos en los que existe amenaza de que se cometa alguna infracción por parte de un tercero que esté dirigida a dañar a quien tiene el derecho sobre el signo distintivo.

Por otro lado, las limitaciones al derecho sobre la marca se encuentran reguladas en el mismo cuerpo normativo anteriormente mencionado.

Estas son

- a) Su nombre o dirección o los de sus establecimientos mercantiles.
- b) Indicaciones o informaciones sobre las características de sus productos o servicios, entre otras las referidas a su cantidad, calidad, utilización, origen geográfico o precio; y
- c) Indicaciones o informaciones sobre la disponibilidad, utilización, aplicación o compatibilidad de sus productos o servicios (Ley de Propiedad Industrial, 2000, artículo 36 literales a, b y c)

Lo anterior sin perjuicio de aquellos casos en los que su utilización pueda causar confusión o riesgo de asociación, por tanto, su uso deberá ser siempre de buena fe.

Una vez establecidos los derechos que confieren las marcas, procede analizar las características propias de los Derechos de Propiedad Industrial. La primera característica son los derechos exclusivos y excluyentes, esta característica contiene dos elementos, uno positivo y otro negativo. El elemento positivo es el derecho exclusivo pues refiere a que una persona tiene el derecho de uso y explotación y solamente el titular podrá utilizarlos. Por otro lado, el elemento negativo es el derecho excluyente, *ius prohibendi*, puesto que podrá excluirse a cualquier tercero del uso de ese derecho. La segunda característica es el derecho registral y constitutivo, este derecho surge de un acto administrativo que es el registro. Por lo tanto, al ser constitutivo, en caso no exista registro no se tendrá un derecho *per se*, salvo excepciones.

Los derechos territoriales son la tercera característica, estos refieren a que los efectos del derecho se circunscriben al territorio del Estado. Sin embargo, el derecho de prioridad es una excepción pues el solicitante podrá aplicar para la misma solicitud dentro de otro Estado parte del Convenio de París. La característica de derechos temporalmente limitados se encuentra íntimamente ligada al principio de temporalidad de las marcas, en el caso de propiedad industrial refiere a que los derechos

consagrados en esta tienen un límite de tiempo el cual se encuentra establecido en el ordenamiento jurídico de los Estados, en el caso de Guatemala, lo regula la Ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000 del Congreso de la República. Y a falta de regulación, aplica la normativa internacional ratificada por el estado, Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial y el Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el comercio.

Respecto a la siguiente característica relativa a la vocación internacional, Guerrero Gaitán (2010), explica al respecto que:

La aparente contraposición del carácter de ubicuidad de los intangibles con el principio de territorialidad que gobierna la propiedad industrial ha obligado a las legislaciones a desarrollar un proceso de adaptación similar al de la explotación de este tipo de bienes, es decir, empezando por regulaciones de carácter meramente local, pasando por acuerdos subregionales, hasta alcanzar convenios de carácter internacional dirigido a facilitar la explotación internacional de este tipo de derechos (p. 143).

Por lo tanto, la vocación internacional es la búsqueda de la protección de los derechos de propiedad industrial más allá del territorio en el que nace.

Figuras jurídicas de la Propiedad Industrial y el Derecho de Competencia en materia de Propiedad Industrial reconocidas por la legislación guatemalteca y el Derecho Comparado

Justificación de la Protección por medio de patentes

La ley de Propiedad Industrial reconoce diversas figuras que pertenecen a esta rama. Anteriormente, se hizo alusión específicamente a las marcas y patentes, sin embargo, la ley de la materia reconoce otras figuras las cuales destacan en el presente apartado. Cabe recapitular que dentro de la Propiedad Industrial existen tres figuras principales de las cuales se desglosan otras específicas de su respectiva rama. Las tres grandes ramas son invenciones, los signos distintivos y los diseños. Las patentes y los modelos de utilidad son parte de las invenciones mientras que las marcas, nombres comerciales, señales de publicidad y denominaciones de origen pertenecen a la sección de signos distintivos. Y, por otro lado, se encuentran los diseños industriales.

La protección de las invenciones es un incentivo y estímulo para el desarrollo de nuevas tecnologías. Sin embargo, el derecho de competencia debe ser respetado al momento de solicitar la patente sobre una invención o modelo de utilidad ya que, desde una perspectiva económica, la patente es un monopolio legal y los productos que han sido patentados son competencia para el otro, de ese punto parte su protección. Por lo tanto,

cada agente económico con una patente tiene ventaja a su favor al ser titular de la patente, sin embargo, existe riesgo de la adquisición fraudulenta de patentes con el objeto de limitar la libre competencia y, en consecuencia, eliminar a los competidores del mercado.

De acuerdo con Sullivan et al. (2015):

Aquellas normas estadounidenses que prohíben los monopolios pueden violentarse con la compra y acumulación de los productos que son escasos cuando se realiza con esa intención y se tiene éxito en la operación con el objeto de vedar a los competidores de estos productos esenciales y que bajo ninguna circunstancia podría justificarse; esto aplica igualmente a la compra excesiva y acumulación de propiedad intelectual cuando el fin de esta práctica es eliminar a competidores que se encuentran en el mercado... (p.p. 687 – 688)

De lo anteriormente mencionado se deduce que la existencia de las patentes es imprescindible para la protección y fomento de invenciones, pero también es esencial que esta figura se regule y fiscalice apropiadamente para que no se utilice con fines negativos.

Las políticas de competencia son mecanismos que se implementan en el mercado cuando existen repetidas fallas y los agentes económicos no se encuentran en un plano de igualdad. Al respecto, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (s.f) manifiesta que:

Los derechos de patente y la competencia están estrechamente vinculados, y esa relación podría caracterizarse sencillamente por dos factores: por una parte, la legislación sobre patentes persigue luchar contra las copias o imitaciones de productos patentados, por lo que complementa las políticas de competencia promoviendo comportamientos equitativos en el mercado; por otra, las normas sobre competencia pueden limitar los derechos de patente al impedir que los titulares de patentes abusen de dichos derechos (párr. 2).

Resalta la estrecha vinculación que existe entre las patentes y la competencia

Consecuentemente, las políticas de competencia son un parámetro que determinan si existe una protección excesiva o bien, escasa, sobre las patentes y cualquiera de estas dos situaciones podrían desencadenar un desequilibrio en el mercado y dar lugar a prácticas anticompetitivas por parte de los agentes económicos que se encuentran en una posición de dominio o la conformación de cárteles y arreglos entre las empresas. De esta forma es que se evidencia el trabajo paralelo que debe existir entre estas dos figuras, patentes y la competencia, para procurar el equilibrio en el mercado y desechar cualquier actividad que tienda a desequilibrarlo perjudicando a alguno de los competidores haciendo uso de la figura de la patente de mala fe.

Puesto que el objetivo de la presente investigación es determinar si se justifica o no la limitación de la competencia por medio de la protección de patentes y marcas, a continuación, se desarrollarán los dos tipos de patentes regulados en la legislación guatemalteca, estos son la de invención y las de modelos de utilidad, así como lo relativo a los diseños industriales y las marcas. Aunado a ello, se analizará la legislación internacional aplicable tal como el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial y el Acuerdo sobre los Aspectos de los

Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio. Lo anterior para poder concluir si esta justificación es válida o no.

La Ley de Propiedad Industrial (57-2000) define la invención como “toda creación humana que permita transformar la materia o la energía que existe en la naturaleza, para su aprovechamiento por el hombre y satisfacer sus necesidades concretas” (artículo 4). Aunado a lo establecido a la legislación, Manuel Ossorio (2011), la define como “tecnología que reúne las condiciones de ser novedosa, susceptible de aplicación económica y ser el resultado de una creación intelectual... puede consistir en un nuevo producto o procedimiento” (p. 508). De las definiciones anteriormente mencionadas, se colige que la invención es la innovación de un producto o procedimiento que por sus características permitirá nuevos resultados, aquellos a los que no había sido posible llegar antes porque existe una actualización en el conocimiento y en la tecnología.

Además, con la finalidad de identificar las invenciones y distinguirlas de los meros descubrimientos, resulta procedente hacer mención del caso *Association for Molecular Pathology v. Myriad Genetics, Inc.* El caso antes citado se centra en las patentes de invención sobre genes humanos pues a raíz de esfuerzos de investigación, la empresa Myriad Genertics Inc, identifica la ubicación de genes en determinados cromosomas del cuerpo humano, seguidamente solicita las patentes de las secuencias de los genes y sus mutaciones tanto en Estados Unidos como en Europa. Sin

embargo, surge un descontento por parte de varios centros e instituciones de investigación sobre la concesión de estas patentes y presentaron sus respectivas objeciones y finalmente se revocaron las patentes en Europa.

Por otro lado, en Estados Unidos, la Unión por las Libertades Civiles de Estados Unidos y la Fundación de patentes Públicas exigen la nulidad de las patentes otorgadas a favor de Myriad Genetics, sobre las secuencias de los genes aislados y las posibles mutaciones de estos. La Corte Suprema de Justicia de Estados Unidos resolvió en definitiva y expresó respecto a las invenciones que quien realiza un simple descubrimiento de la naturaleza no puede reclamar sobre este el monopolio legal que se conoce pues para que exista una invención debe existir un aprovechamiento y aplicación de ese descubrimiento en la ley natural. Asimismo, el aislamiento de ADN es un producto de la naturaleza que no constituye una invención *per se*, no constituye objeto de patentabilidad por el simple hecho de haber sido aislado.

Además, el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio, de la Organización Mundial del Comercio (1995) afirma el criterio adoptado por la Suprema Corte de Estados Unidos, en el caso antes relacionado puesto que el cuerpo normativo resalta tres características imprescindibles de las invenciones para que constituyan materia patentable, estas son “que sean nuevas, entrañen una actividad inventiva y sean susceptibles de aplicación

industrial” (artículo 27). Igualmente, el instrumento Internacional se pronuncia respecto a los derechos conferidos por la patente de invención pues constituye derechos exclusivos en cuanto a su uso, fabricación explotación cuando se trate de un producto o bien, la exclusividad de uso cuando se trate de un procedimiento patentado.

Asimismo, cabe hacer mención del plazo de protección otorgado al inventor, ya que este plazo constituye limitaciones de uso, fabricación y explotación para otros agentes económicos en el mercado. El artículo 33 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio estipula que la protección conferida por una patente será de 20 años los cuales contarán a partir de la presentación de la solicitud. Y la ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000, del Congreso de la República; afirma este plazo de protección en el artículo 126. En este sentido se encuentra equiparada la norma internacional con la legislación nacional ya que regulan la protección por el mismo plazo.

Por lo tanto, la patente de invención protege una creación del hombre, es decir que es la forma en que el Estado garantiza al inventor la protección y el uso exclusivo de su invención. La protección de la invención por medio de la patente conlleva derechos exclusivos concedidos al inventor, por lo tanto, los demás agentes económicos quedan excluidos de su uso, fabricación, distribución o exportación pues los derechos exclusivos sobre la invención la ostentan el inventor. La protección de la invención fomenta

la investigación y las nuevas tecnologías pues la protección de esta es una recompensa al inventor por el tiempo invertido en el desarrollo de esta, así como el capital utilizado para la realización de la misma.

Seguida a la figura de la invención, se desarrollará la figura de los modelos de utilidad. En primer lugar, se podría decir que la figura mencionada “se utiliza para referirse a un título de protección de determinadas invenciones... de menor complejidad técnica y a las invenciones que se prevé comercializar solamente durante un periodo de tiempo determinado” (Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, 2016, p. 10). Por su parte, el ordenamiento jurídico guatemalteco regula su concepto en la Ley de Propiedad Industrial (57-2000) pues estipula que es “toda mejora o innovación en la forma, configuración... que le proporcione algún efecto técnico en su fabricación, funcionamiento o uso” (artículo 4). Por lo tanto, el modelo de utilidad es una mejora a una invención preexistente, aunque esto dispensa la aplicación industrial y la novedad del modelo de utilidad.

El plazo de protección de los modelos de utilidad es de diez años contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud de la patente de acuerdo con el artículo 146 de la Ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000 del Congreso de la República de Guatemala. La justificación de la protección en este caso está enfocada en el hecho que el inventor de la mejora realizó una inversión de capital y tiempo en el desarrollo de la mejora por lo tanto

merece ser recompensado por esa inversión, así como para incentivar a otros inventores que se tengan un proyecto similar y a cambio perciban reconocimiento y beneficios económicos por el esfuerzo que han realizado y aporte a la sociedad.

A continuación, los diseños industriales, en estos se encuentran inmersas dos figuras susceptibles de protección, aunque estas no son protegidas a través de una patente sí gozan de los derechos de uso exclusivo para el inventor, estas son modelo industrial y dibujos industriales. La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (s.f.) no hace la diferenciación específica entre el dibujo industrial y el modelo industrial y hace alusión a ellos expresando que “constituye el aspecto ornamental o estético de un artículo. El dibujo o modelo puede consistir en rasgos tridimensionales, como la forma o la superficie de un artículo, o rasgos bidimensionales, como motivos, líneas o colores” (párr. 1).

Sin embargo, se distinguen de los dibujos industriales ya que estos “son toda combinación de figuras, líneas o colores que incorporen a un producto industrial con fines de ornamentación y que le den un aspecto peculiar propio” (Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, 2018, párr. 3). Por otro lado, se conceptualizan los modelos industriales como “constituidos por toda forma tridimensional que sirva de tipo o patrón para la fabricación de un producto industrial, que le dé apariencia especial en cuanto no implique efectos técnicos” (Instituto Mexicano de la Propiedad

Industrial, 2018, párr. 4). Cabe concluir que los diseños industriales comprenden dos figuras, la primera son los dibujos industriales y, la segunda, los modelos industriales. La primera refiere a la figura del producto o tridimensionalidad de este y la segunda es la combinación de figuras, líneas o colores de este, es decir, características bidimensionales.

En cuanto a los alcances de la protección, los derechos de uso exclusivos para el titular prevén el uso, fabricación o venta de los productos por parte de un tercero sin previa autorización. Y la protección otorgada será de 10 años según el artículo 26 numeral 3 del Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio y el artículo 159 de la Ley de Propiedad Industrial, Decreto 57-2000 del Congreso de la República de Guatemala. La protección de los diseños industriales no implica una limitación de la competencia propiamente ya que los diseños constituyen una herramienta competitiva y diferenciadora para las empresas. Además, los diseños industriales son considerados generadores de un valor agregado para los productos e incluso un activo para la imagen de la empresa.

Acto seguido, se desarrollará la relación de la marca y la libre competencia. El capítulo anterior hizo alusión a los signos distintivos y dedicó un apartado específico a las marcas, en este se desarrolló su clasificación, principios rectores, el procedimiento de registro y los derechos conferidos por la marca, así como las limitaciones derivadas del

mismo. Por lo tanto, cabe resumir que la marca es un signo distintivo que permite diferenciar un producto o servicio respecto de otro, este se protege a través de su inscripción en el Registro y concede, principalmente, el derecho de uso exclusivo de esta al propietario de la marca. Ahora es necesario realizar la concatenación entre la marca comercial y su registro con la libre competencia.

Anteriormente, se expuso que la libre competencia es aquella situación en la que cualquier persona puede participar en el mercado, no existe restricción en cuanto a la entrada o salida de los agentes económicos del mercado. Por lo tanto, la marca plasmada en el producto o utilizada para brindar un servicio permite al consumidor determinar su procedencia u origen empresarial y de forma conjunta, la marca adquiere un prestigio por esta procedencia, por lo tanto, el propietario de la marca velará por el cumplimiento de los estándares de calidad por los cuales su marca es reconocida y al mismo tiempo protegerá el valor económico de esta. Es decir, la marca *per se* adquiere un valor económico, y los consumidores no solamente se fijan en el producto o servicio en forma aislada de la marca sino también considerarán la marca, la cual les proporciona el origen empresarial y, en consecuencia, el prestigio de esta.

Asimismo, la marca, al otorgar su uso exclusivo al propietario, también lo protege frente a posibles falsificaciones de los productos, pues estas conductas anticompetitivas son punibles ya que existe un

aprovechamiento indebido del prestigio de una marca que ya se encuentra posicionada en el mercado. Es oportuno diferenciar que al proteger la marca no se interfiere con el producto o servicio en el cual esta se encuentra plasmada, contrario sensu el caso de las patentes pues en ese caso se protege la invención propiamente. Esto derivado de la función de la marca propiamente dicha puesto que esta permitirá diferenciar un producto de otro, pero no se limita la producción del producto como tal sino realiza la diferenciación de los mismos entre los diversos que ofrecen los competidores.

En conclusión, no puede decirse que la marca registrada ostente un carácter monopólico como sí lo hace la patente puesto que la marca no limita la utilización del mismo producto o servicio puesto que estos se encuentran diferenciados por esta. Por lo tanto, podría ofrecerse el mismo producto o servicio en el mercado siempre que las marcas de estos tengan una aptitud diferenciadora. Sin embargo, en las patentes esto cambia y en este caso sí se evidencia la existencia de un monopolio en su protección pues la invención está protegida y otorga derechos exclusivos a quien la hubiere registrado y reclamado su invención. En el caso de la marca, puede utilizarse un mismo producto o servicio identificado con marcas distintas, perfectamente diferenciables, pero en cuanto a las patentes, la protección de la invención no permite que otra persona o agente económico reproduzca y se beneficie de la invención patentada.

Justificación de la limitación de la libre competencia por medio de la protección de patentes

En este apartado debe destacarse el punto de vista de algunos autores sobre la protección de patentes, pues algunos consideran la patente desde una perspectiva de “propiedad” y otros desde una óptica “monopólica”. Julio H. Cole, es de la opinión que el costo económico que más resalta de la protección de invenciones es que esta crea privilegios monopólicos sobre aquellos inventos que pudieron haberse desarrollado incluso sin ese incentivo (Cole, J.H., s.f., p. 9), por lo tanto, el principal beneficio que provee la protección de patentes es el monopolio que se concede al titular de este derecho sobre esta pues existen otros costos que deben asumirse al momento de registrarlas como los gastos administrativos y honorarios por asesoramiento legal.

Martínez Pérez (2018), se pronuncia respecto al derecho de la competencia y el derecho de las patentes y expresa que:

El Derecho de defensa de la competencia y el Derecho de patentes buscan la consecución de un mismo objetivo común, cuya finalidad es la de promover la competencia y la innovación. Concretamente, estas dos ramas del ordenamiento jurídico persiguen el bienestar de los consumidores y la asignación eficiente de los recursos en el mercado (p. 373).

Es decir que el derecho de competencia y la propiedad industrial, específicamente el derecho de patentes, están íntimamente relacionados, pues tiene por objeto la protección de invenciones, así como los modelos de utilidad; buscan preservar el derecho de competencia en el mercado.

Se desarrollan algunos sistemas de competencia y la forma en que estos regulan la protección de patentes respetando la libre competencia. La Constitución de los Estados Unidos de América regula aspectos generales de la Propiedad Intelectual, en la sección 8 cláusula 8, hace alusión a las patentes y al derecho de autor con el objeto de fomentar el progreso de la ciencia y las artes, se garantiza a los autores e inventores el derecho exclusivo de sus descubrimientos y obras por un plazo determinado. El sistema utilizado en Estados Unidos es el *common law*, en este las decisiones judiciales tienen fuerza y vigencia dentro del territorio aplicable al mismo tiempo que protege las invenciones.

Las leyes aplicables en materia de propiedad industrial son la Ley de Patentes, Título 35 del Código de Estados Unidos la cual incluye lo relativo a patentes de invención y modelos de utilidad, diseños industriales, marcas, competencia, secretos comerciales, etc. Y la Ley de Marcas de los Estados Unidos la cual estipula lo relativo a las marcas, indicaciones geográficas, nombres comerciales, etc. Además, este Estado cuenta con un sólido ordenamiento jurídico en lo que respecta al Derecho de Competencia, existen tres normas fundamentales para la defensa de la

libre competencia esta son *Sherman Antitrust Act*, *The Clayton Act* y *The Federal Trade Commission Act*. Además, autoridad específica que vela por la defensa de la competencia, esta es la *Federal Trade Commission* y trabaja junto con la División *Antitrust* del Departamento de Justicia de Estados Unidos de América.

España, Estado parte de la Comunidad Europea. España se encuentra bajo este régimen por lo tanto a este Estado le aplican tantas normas Comunitarias Europeas como las normas internas del Estado. Desde una perspectiva macro, la normativa aplicable en materia de competencia es el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, específicamente el Título VII, capítulo I relacionado con las normas de sobre competencia. Los artículos 101 y 102, los cuales se encuentran inmersos en este capítulo, refieren a la prohibición de acuerdos y prácticas anticompetitivas, así como el abuso de la posición de dominio. Asimismo, la Comisión de las Comunidades Europeas es la autoridad de defensa de la competencia en la Comunidad Europea, el fin de esta es el correcto funcionamiento del Mercado Común en el que participan los Estados parte de la Unión Europea.

Ahora, es oportuno mencionar la legislación española, que hace alusión a la defensa del Derecho de la Competencia, para ello, se realizará desde la Carta Magna, que se encuentra en la cúspide de normativa, según la jerarquía normativa. Según el artículo 28 “se reconoce la libertad de

empresa en el marco de la economía de mercado. Los poderes públicos garantizan y protegen su ejercicio y la defensa de la productividad, de acuerdo con las exigencias de la economía general” (Constitución de España, 1978), esto implica un reconocimiento de la libertad de industria en un sistema de libre mercado. La Norma Suprema defiende taxativamente la libertad dentro del mercado, así como su protección con la defensa del ejercicio y la productividad.

Martínez Pérez (2018) manifiesta al respecto que:

El Derecho de defensa de competencia aparece como un instrumento necesario para salvaguardar y garantizar el ejercicio de la libre competencia entre competidores, en la medida en que, de no ser especialmente protegido, podría verse seriamente amenazado por el funcionamiento propio del mercado y de las relaciones entre competidores (p. 374).

En ese sentido el Derecho de Defensa de la Competencia tiene una función preventiva de las conductas que pretendan restringir la competencia, así como una función de control sobre aquellas conductas que tiendan a lo mismo.

También existe normativa ordinaria que trata el tema de la competencia en España, se trata de la Ley de defensa de la Competencia cuyo fin es prevenir y erradicar las prácticas anticompetitivas de los agentes económicos en el mercado. Y existe una Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia (CNMC), creada en 2013, que “es un organismo que promueve y defiende el buen funcionamiento de todos los

mercados en interés de los consumidores y de las empresas” (Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia, s.f., párr. 1). Debido a que España tiene regulación interna propia y al mismo tiempo atiende a las normas comunitarias sigue el lineamiento de la libre competencia ya que impera en estos dos marcos jurídicos.

El rol de la Comisión de las Comunidades Europeas se evidencia en el Caso Microsoft Corp. V. la Comisión de las Comunidades Europeas. El juicio entre la corporación estadounidense Microsoft y la Unión Europea fue planteado por la Comisión de las Comunidades Europeas contra Microsoft Corporation. Este caso surgió cuando la compañía Novell se quejó de las prácticas de licencia de Microsoft, alegando que estos estaban bloqueando a sus competidores ejerciendo prácticas anticompetitivas, lo cual se puede entender como la creación de un monopolio. El argumento del Tribunal Europeo versó sobre el abuso de la posición de dominio ejercida por Microsoft y fue multado por esta práctica anticompetitiva. Además, el Tribunal ordenó brindar y revelar la información completa para que los servidores de los licenciarios pudieran ser completamente compatibles con dispositivos Windows.

En el caso antes descrito se evidencia la importancia de la Comisión de las Comunidades Europeas en la defensa del Derecho de la Competencia ya que el Tribunal Europeo identificó las prácticas anticompetitivas de la empresa Microsoft ejercidas desde una posición de dominio y la sancionó,

velando por los derechos de los competidores y preservando la libre competencia. La importancia de este caso radica la labor que tenía la Comisión de las Comunidades Europeas ya que a veces es el límite para visibilizar un abuso en posición de dominio no es tan claro y aquí debía determinarse si la actitud tomada por Microsoft constituía una práctica anticompetitiva o simplemente pretendían proteger su derecho.

Seguidamente se analizará la legislación en materia de competencia y Propiedad Industrial de Perú. Perú es un Estado situado en Sudamérica el cual cuenta con diversidad de normas que propician la defensa de la competencia peruana, resaltan la Ley de Libre Competencia, Ley de Acceso al Mercado, Leyes sobre publicidad engañosa y competencia desleal y la Ley de Propiedad Industrial. Además, cuenta con un Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI) la cual fue creada a través de la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, Decreto Legislativo Número 1033.

El Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual define su objetivo diciendo que “defendemos la libre competencia, promoviendo la eficiencia económica en los mercados para lograr un mayor bienestar social. Investigamos y, eventualmente, sancionamos conductas anticompetitivas como el abuso de posición de

dominio, prácticas colusorias horizontales y prácticas colusorias verticales” (Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual, s.f., párr. 1). De igual forma, INDECOPI vela principalmente por el respeto de la propiedad intelectual y su ejercicio dentro del marco de libre competencia no solo en el ámbito privado sino también en la administración pública a través de las recomendaciones que hace a las mismas para que el mercado se mantenga competitivo.

INDECOPI cumple la normativa jurídica aplicable coadyuvada de tres oficinas, según lo establece Winslow (2004) “La Oficina de Signos Distintivos promueve el registro de marcas, las registra y resuelve conflictos relacionados con marcas registradas. La Oficina de Derechos de Autor y la Oficina de Patentes realizan actividades similares en sus respectivos ámbitos” (p. 46). Aunado a ello, el Tribunal del INDECOPI se encuentra conformado por cinco salas, estas son: Sala Especializada en Defensa de la Competencia, Sala Especializada en Protección al Consumidor, Sala Especializada en la eliminación de barreras burocráticas, Sala Especializada en Propiedad Intelectual y Sala Especializada en Procedimiento Concursales (INDECOPI, s.f., párr. 1). Análisis de la libre competencia en materia de propiedad industrial según la legislación guatemalteca, peruana, estadounidense y española

El artículo 43 de la Constitución Política de la República de Guatemala, estatuye la libertad de industria, comercio y trabajo, esto se interpreta como la libertad de la empresa en la economía de mercado. En los artículos 34, 39 y 41 se reconocen y protegen los derechos de asociación y propiedad privada, respectivamente. En la Carta Magna guatemalteca, se establece también que:

De acuerdo con el artículo 130 de la Constitución Política de la República de Guatemala (1985), el Estado limitará el funcionamiento de las empresas que absorban o tiendan a absorber, en perjuicio de la economía nacional, la producción en uno o más ramos industriales o de una misma actividad comercial o agropecuaria...El Estado protegerá la economía de mercado e impedirá las asociaciones que tiendan a restringir la libertad del mercado...

A pesar de que la Carta Magna regule los derechos antes mencionados y establezca prohibiciones en cuanto a los monopolios y prácticas monopólicas, no existe una Ley de Competencia en el ordenamiento jurídico guatemalteco especializada en los tópicos anteriormente referidos. Esto ocasiona que las prácticas anticompetitivas carezcan de vigilancia y, en consecuencia, de un castigo. Es así como el Derecho de defensa de la libre competencia toma un papel protagónico e indispensable para salvaguardar el ejercicio de la libre competencia entre los competidores pues su indefensión podría ocasionar un desequilibrio en el mercado, así como para los propios competidores por la falta de regulación.

Tal como se mencionó anteriormente, Guatemala no cuenta con una Ley de Competencia, sin embargo, se han presentado Iniciativas de Ley para regular el tema de Derecho de la Competencia. La última iniciativa de ley presentada en el Congreso fue la 5074 la cual dispone aprobar la Ley de Competencia. La Iniciativa de Ley 5074 fue presentada al Pleno el 17 de mayo de 2016, posteriormente la Comisión Ordinaria de Economía y Comercio Exterior, del Congreso de la República de Guatemala, presentó dictamen favorable y el 10 de abril de 2018, se conoció en primer debate; en donde se propusieron modificaciones y se realizaron observaciones de la misma. Seguido a esto, en noviembre de 2021, se aprobó moción privilegiada en la cual se regresó a la Comisión de Economía y Comercio, para un nuevo estudio y dictamen. La última actualización fue, el dictamen favorable, con modificaciones, presentado en noviembre de 2022.

La Iniciativa de Ley 5074, está dividida en ocho títulos esto son: primero: objeto y disposiciones generales; segundo: defensa de la libre competencia; tercero: abogacía de la competencia; cuarto: superintendencia de competencia; quinto: procedimiento administrativo; sexto: elaboración de disposiciones normativas; séptimo: infracciones, sanciones, medidas y prescripción; octavo: de las reformas; noveno: disposiciones finales y transitorias. Para efectos de la presente investigación, por los temas a los que esta atañe, se hará un especial énfasis a los títulos relativos a la defensa de la libre competencia, la

superintendencia de la competencia, infracciones, sanciones, medidas y prescripción.

El título II de la Iniciativa 5074, que pretende aprobar la Ley de Competencia, establece lo relativo a las prácticas anticompetitivas, tanto relativas como absolutas; se refiere a aquellas prácticas permitidas, la determinación del ejercicio de una posición de dominio por parte de un agente económico. Indica también, en qué casos se da esta situación, concentración económica y control que un agente económico, pueda ejercer sobre otro limitando de esa forma la libre competencia. Este apartado está dirigido a identificar las prácticas anticompetitivas que podrían ejercer los agentes económicos en el mercado y afectar el libre mercado eliminando competidores o imposibilitando su entrada al mercado.

Seguidamente, la Superintendencia de la Competencia es una entidad que pretende crearse con el objetivo de que esta promueva y defienda la libre competencia, previniendo, investigando y sancionando aquellas prácticas anticompetitivas. En este apartado se desarrollan sus funciones en el artículo 20 en las cuales destaca: prevenir las prácticas destinadas a restringir la libre competencia, investigar prácticas anticompetitivas de oficio o bien, aquellas que hayan sido denunciadas, brindar asesoría al Organismo Ejecutivo en materia de competencia, etc. Asimismo, este título estructura la conformación de la Superintendencia y detalla los

requerimientos para optar a los diferentes cargos, así como las actividades asignadas a cada puesto de trabajo.

La Superintendencia de Competencia, representa una institución fundamental para la observancia de las normas de competencia, así como su punibilidad. Sin embargo, en el tema de derecho de la competencia y la protección de marcas e invenciones por medio de patentes, resulta necesaria la implementación de personal capacitado y con expertiz en este tema con fin de que esta entidad pueda cumplir con sus objetivos pues no puede generalizarse la defensa del derecho de competencia en todos los ámbitos ya que en el tópico objeto de esta investigación se evidencia una estrecha relación entre la propiedad industrial y el derecho de la competencia y cómo una inclinación preferente hacia alguno de estos podría interferir en el correcto funcionamiento del libre mercado. Por lo tanto, es necesario realizar una ponderación entre la libre competencia y el efectivo desarrollo e inventivo de innovación.

Posteriormente, el Título VI regula las infracciones, sanciones, medidas y la prescripción. En primer lugar, se enlistan las infracciones en las que podrían incurrir los agentes económicos y junto con estas se enumeran las sanciones que podrían aplicarse a estos sujetos en caso de incurrir en los supuestos. Asimismo, se prevén multas por la comisión de actos o prácticas anticompetitivas las cuales serán calculadas según la gravedad de cada caso. Acto seguido, se establece la prescripción de la

responsabilidad por infracciones a las normas de competencia la cual prescribe en un plazo de diez años, este iniciará a contar según el tipo de conducta o acto prohibitivo realizado. Al haber analizado el articulado de esta Iniciativa de Ley se vislumbra fácilmente que es un instrumento fundamental para preservar y fortalecer la defensa del Derecho de la Competencia.

También cabe considerar que para el tema de defensa de Derecho de Competencia en la protección de marcas y patentes es indispensable que esta ley puntualice respecto a la propiedad industrial, específicamente en cuanto a marcas y patentes pues como se ha expuesto anteriormente los agentes económicos en una posición de dominio pueden actuar de forma que limiten la libre competencia en el mercado, en el caso de las patentes podría darse cuando una entidad adquiriera patentes de dos entidades distintas con el objeto de obtener una ventaja en el mercado y excluir a los competidores. O bien, guardándose información sobre la patente, gozando de su posición de dominio frente a sus competidores quienes tienen una participación menor en el mercado.

Habiendo analizado la Iniciativa de Ley Iniciativa 5074, así como las generalidades de la legislación internacional de España, Estados Unidos y Perú, cabe realizar el análisis del instrumento jurídico, cuadro de cotejo sobre los Sistemas de Competencia y la protección de marcas y patentes en España – Estado Parte de Unión Europea -, Estados Unidos, Perú y su

comparación con el Estado de Guatemala, plasmado en el apartado de anexos. Dicho cuadro expone las normas Internacionales y de Derecho Interno que regulan el Derecho de Competencia, así como los mecanismos de protección de marcas y patentes. De dicho instrumento destaca que la libre competencia tiene fundamento constitucional en los Estados lo cual evidencia la trascendencia del tema en la estructura fundamental del Estado, generalmente se encuentra regulado como la libertad de industria.

Asimismo, destaca el Sistema de Competencia en el que los Estados se fundamentan, por un lado, España – Estado parte de la Unión Europea – tiene la tendencia del Derecho Comunitario Europeo, esto quiere decir que aparte de la regulación interna respecto al tema de Competencia, existe regulación propia de la Unión Europea, el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, que se pronuncia sobre este tópico y es indispensable la aplicación y observancia de ambos; sin embargo, este Sistema fue influenciado por el estadounidense debido a que este fue el primero que surgió a finales del siglo XIX. Por otro lado, el Sistema *Antitrust* utilizado por Estados Unidos de América e implementado en la época moderna, se basa principalmente en la prohibición de monopolios, incluso las Leyes Antimonopolio están conformadas por diversas normas federales y estatales que promueven y preservan la libre competencia.

Cabe diferenciar estos sistemas del Sistema de Competencia Peruano que, aunque tiene influencia tanto del Sistema Estadounidense, como el de la Unión Europea, se rige por normas e instituciones que satisfacen las necesidades de su propio Estado. El mismo caso se evidencia en Guatemala, que aunque no cuenta con un sistema, ni ley de Competencia, se puede inferir de la Iniciativa de Ley 5074 y de su regulación en otras normas internas como la Constitución Política de la República y el Código de Comercio, decreto 2-70 del Congreso de la República, que incide tanto el Sistema Antitrust como el de la Unión Europea, debido a que es estricta, en cuanto a la prohibición de monopolios y regula la competencia de forma implícita en la Constitución; de la misma forma que lo hace la Constitución Española.

En cuanto a la regulación de Competencia, es claro que los cuatro Estados sujetos de comparación en este trabajo de investigación regulan la Competencia en su Ley Suprema. Asimismo, es indudable que tanto España, Estados Unidos y Perú cuentan con una Ley de Competencia, mientras que Guatemala aún no cuenta con una normativa que regule este tópico. Tal como se mencionó anteriormente, España aparte de observar su normativa interna debe cumplir con el Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, ya que es forma parte de esta. De Perú, cabe resaltar que tiene normas específicas para prevenir y sancionar aquellas conductas anticompetitivas, así como evitar la conformación de monopolios y oligopolios.

Como siguiente punto, es menester aludir a las agencias o autoridades de Competencia que son encargadas de preservar la libre Competencia, en los Estados objeto de análisis en la presente investigación. En primer lugar, España, debido al doble sistema de protección a la Competencia en la que figurar, tanto por ser parte de la Unión Europea, como por su normativa interna, existen dos autoridades, una es la Dirección General de la Competencia de la Comisión Europea y la segunda es la Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. En segundo lugar, Estados Unidos, donde existe una Comisión Federal del Comercio y la División *Antitrust* del Departamento de Justicia de los Estados Unidos de América.

Seguidamente, en cuanto a Perú, es interesante observar que su autoridad de Competencia también se encarga de velar por la Protección de la Propiedad Intelectual. Este Estado ha determinado que realmente sí existe una vinculación estrecha entre estos dos tópicos y creó el Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de Propiedad Intelectual. Por su parte, Guatemala aún no cuenta con una autoridad que vele por el tema de Competencia, sin embargo, la Iniciativa 5074 sí regula la existencia de una autoridad de Competencia, esta es la Superintendencia de Competencia la cual figura como una entidad estatal autónoma y descentralizada que tendría como finalidad la defensa y promoción de la libre competencia, así como la prevención y sanción de prácticas anticompetitivas en el territorio nacional.

Ahora, respecto a la regulación de marcas en los Estados mencionados, se observa uniformidad puesto que se rigen tanto por Tratados y Convenios Internacionales como por la normativa interna relativa a marcas. De la misma forma sucede con la regulación de protección de patentes, puesto que, se rigen tanto por Convenios Internacionales como por la normativa interna de los Estados. Derivado del análisis del cuadro de cotejo anteriormente realizado se concluye que es urgente la regulación del tema de Competencia para la República de Guatemala, puesto que no solamente ha asumido compromisos internacionales que la comprometen a la aprobación de una Ley de Competencia; sino también es un compromiso interno con los habitantes del Estado puesto que es fundamental para el correcto funcionamiento del mercado establecer parámetros para que existe una participación justa por parte de todos los agentes económicos en el Mercado.

Además, la sola normativa que refiera al tema de la Competencia en general no es suficiente, también es imprescindible que se enfoque en temas de Propiedad Industrial, específicamente en la protección de marcas y patentes en virtud que deben existir parámetros y estatutos que establezcan las condiciones bajo las cuales se limitara el Derecho de Competencia en pro de la protección de marcas y patentes. Y en tanto no exista una normativa de Competencia y la legislación no se ajuste a la realidad actual del Estado de Guatemala, el Estado no cumplirá su deber de protección a los habitantes ya que los Estados mencionados, que

cuentan con una legislación avanzada, especializada y acorde a su realidad en términos generales, brindan seguridad al sistema del libre mercado puesto que no solamente regulan la Competencia *per se* sino también han concatenado esta con la Propiedad Intelectual.

Tabla 1

Cuadro comparativo sobre los Sistemas de Competencia y la protección de marcas y patentes en España, Estados Unidos, Perú y Guatemala

	España (Unión Europea)	Estados Unidos	Perú	Guatemala
Sistema de Competencia	Derecho Comunitario Europeo	<i>Antitrust</i>	Sistema de competencia peruano	N/A
Regulación de la Competencia	-Constitución Española de 1978. -Tratado de Funcionamiento de la Unión Europea, título VII, capítulo I: Normas sobre Competencia. -Real Decreto 2295/2004 sobre la Aplicación en	-Constitución de Estados Unidos de América. -Ley Antimonopolio Sherman (<i>Sherman Act</i>). -Ley Antimonopolio Clayton (<i>Clayton Act</i>).	-Constitución Política del Perú. -Ley sobre publicidad engañosa y competencia desleal. -Código de Protección y Defensa del Consumidor (Ley No. 29571)	-Constitución Política de la República de Guatemala. -Iniciativa de Ley 5074. -Decreto 2-70 del Congreso de la República, Código de Comercio.

	<p>España de las normas Comunitarias de Competencia.</p> <p>-Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia.</p> <p>-Reglamento de Defensa de la Competencia. (Real Decreto 261/2008)</p> <p>-Ley No. 3/1991 de Competencia Desleal.</p>		<p>-Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas (Decreto Legislativo No. 1034).</p> <p>-Ley Antimonopolio y Antioligopolio del Sector Eléctrico (Ley No. 26876).</p> <p>-Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.</p>	
Agencia de Competencia	<p>-Dirección General de la Competencia de la Comisión Europea.</p> <p>-Comisión Nacional de los Mercados y la</p>	<p>-Comisión Federal del Comercio -FTC-. -División <i>Antitrust</i> del Departamento de Justicia de los Estados Unidos de América.</p>	<p>Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual - INDECOPI -.</p>	N/A

	Competencia - CNMC-.			
Regulación de protección de marcas	-Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC-. -Tratado de Singapur sobre Derecho de Marcas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Ley No. 17/2001 de Marcas. -Ley No. 6/2015 de	-Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Protocolo de Madrid relativo al Registro Internacional de Marcas. - Tratado de Singapur sobre Derecho de Marcas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Tratado sobre Derecho de Marcas de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.	-Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Ley de Propiedad Industrial (Decreto Legislativo No. 823).	-Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC-. - Decreto 57- 2000 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Propiedad Industrial.

	Denominaciones de Origen e Indicaciones Geográficas Protegidas de ámbito territorial supraautonómico.	-Ley de Marcas de los Estados Unidos (U.S. Trademark Law: Trademark Act; 15 USC §§ et seq.)		
Regulación de protección de patentes	-Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC-. -Tratado sobre el Derecho de Patentes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Tratado de Cooperación en materia de Patentes. -Convenio sobre la Patente Europea.	- Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los finales del procedimiento en materia de patentes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. - Tratado de Cooperación en materia de patentes (PCT) de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.	-Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los finales del procedimiento en materia de patentes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Tratado de Cooperación en materia de patentes (PCT) de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.	-Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio - ADPIC-. -Convenio de París para la protección de la Propiedad Industrial de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. -Tratado de Cooperación en materia de patentes (PCT)

	<p>- Tratado de Budapest sobre el Reconocimiento Internacional del Depósito de Microorganismos a los finales del procedimiento en materia de patentes de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.</p> <p>-Ley No. 20/2003 de Protección Jurídica del Diseño Industrial.</p>	<p>-Tratado sobre el Derecho de Patentes -PLT- de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.</p> <p>-Ley de Patentes, Título 35 del Código de Estados Unidos, sección 1 y siguientes. (U.S. Patent Law, 35 U.S.C §§ et. seq.).</p>	<p>-Ley de Propiedad Industrial (Decreto Legislativo No. 823).</p>	<p>de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual.</p> <p>-Decreto 57-2000 del Congreso de la República de Guatemala, Ley de Propiedad Industrial.</p>
--	---	--	--	--

Conclusiones

En relación con el objetivo general que se refiere a analizar la relación entre el Derecho de Competencia y la Propiedad Industrial y determinar si existe justificación de la limitación de la libre competencia por medio de la protección de marcas y patentes para ultimar si la protección de estos se trata de un monopolio legal, se concluye que existen algunos autores que consideran a las patentes como un monopolio legal puesto que otorga el derecho de explotación al titular y se excluye a terceros de su uso. De la afirmación antes realizada, cabe mencionar que, en ningún Estado, son legales los monopolios, ellos incluso, se esfuerzan por prohibir y sancionar dichas conductas. Sin embargo, se considera un monopolio legal, porque en esta figura existe un solo agente económico, que tiene la completa participación en el mercado, ya que solamente el titular puede hacer uso y explotar la patente, pero esto en garantía y protección de sus derechos.

El primer objetivo específico que consiste en analizar las políticas y tipos de Competencia, al realizar el presente trabajo de investigación, se arribó a la conclusión, que el Derecho de Competencia, se originó en Estados Unidos de América como una necesidad de regular las prácticas anticompetitivas, por parte de las empresas y demás comerciantes en el territorio estadounidense, aprobando la Ley Sherman y la Ley Clayton. Estas normas constituyeron un punto de partida para que los demás

Estados legislaran y sancionaran las prácticas anticompetitivas para brindar seguridad económica y jurídica a los agentes económicos. Fue así como los Estados empezaron a legislar el Derecho de Competencia y posteriormente vieron la necesidad de incorporar otros tópicos relevantes que se encontraban relacionados como el Derecho de Propiedad Industrial, especialmente en cuanto a marcas y patentes.

Con relación al segundo objetivo específico que consiste en desarrollar las figuras de Propiedad Industrial, marcas y patentes, reconocidas por la legislación guatemalteca, se concluye que la Propiedad Intelectual se subdivide en dos categorías, la primera es la propiedad industrial y la segunda son los derechos de autor; la Propiedad Industrial a su vez contiene las invenciones, los signos distintivos y diseños. Derivado del desarrollo de temas anteriormente relacionados, la marca es un signo distintivo, susceptible de representación gráfica y tiene como fin distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa frente a los de otra, por medio de esa representación. Por su parte, las patentes están plasmadas en un documento legal extendido por el Estado y ampara el derecho del titular de una invención.

Referencias

Anónimo. (s.f.). *Manual Armonizado en materia de criterios de marcas de las oficinas de propiedad industrial de los países Centroamericanos y la República Dominicana*. Recuperado el 1 de marzo de 2023 de <https://www.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/do/do091es.pdf>

Ávila y Lugo, José. (2004). *Introducción a la Economía*. (3ª. Ed.) Plaza y Valdés, S.A.

Baylos Corroza, H. (1978) *Tratado de Derecho Industrial, Propiedad Industrial, Propiedad Intelectual, Derecho de la Competencia Económica, Disciplina de la Competencia Desleal*. Editorial Civitas, S.A.

Beconi Ortiz, F. A. (s.f.) *Derecho de la Competencia Paraguay*. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://www.pj.gov.py/ebook//monografias/nacional/civil/Fernando-A-Beconi-Ortiz-Derecho-Competencia.pdf>

Bercovits Rodríguez-Cano, A. (2001). *Apuntes del Derecho Mercantil*. (2ª. Ed.). Editorial ARAZANDI.

Bocanegra Gastélum, C. O. (2005). *Alcances y limitaciones del modelo de competencia perfecta*. Editorial Unison. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://books.google.com.gt/books?id=Q9c3nTGkxmgC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>

Cabanellas de Torres, G. (2005). *Diccionario Jurídico Elemental*. (17ª. Ed.). Heliasta. Recuperado el 1 de febrero del 2023 de <https://unidaddegenerosgg.edomex.gob.mx/sites/unidaddegenerosgg.edomex.gob.mx/files/files/Biblioteca%202022/G%C3%A9nero%20Sociedad%20y%20Justicia/GSJ11%20Diccionario%20juridico%20elemental.%20Guillermo%20Cabanellas%20de%20Torres.pdf>

Cambridge Dictionary. (s.f.). Recuperado el 2 de febrero de 2023 de <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles/antitrust?q=Antitrust>

Cole, J.H. (s.f.). *Patentes y Copyrights: Costos y beneficios*. Recuperado el 9 de marzo de 2023 de <https://riim.eseade.edu.ar/wp-content/uploads/2016/08/Cole-1.pdf>

Comisión Nacional de los Mercados y la Competencia. (s.f.). *¿Qué es la CNMC?* Recuperado el 12 de marzo de 2023 de <https://www.cnmc.es/sobre-la-cnmc/que-es-la-cnmc>

Comité Permanente sobre el Derecho de marcas, diseños industriales e indicaciones geográficas. (2007). *Relación entre los principios existentes en materia de marcas y los nuevos tipos de marcas*. Decimoséptima sesión, Ginebra. Recuperado el 8 de febrero de 2023 de https://www.wipo.int/edocs/mdocs/sct/es/sct_17/sct_17_3.pdf

Diccionario de la Real Academia Española. (s.f.). Recuperado el 8 de febrero de 2023 de <https://dle.rae.es/>

Díaz, A. & Gallardo, A. (2011). *Noción de competencia en Adam Smith: un punto de partida erróneamente condensado por la Teoría Neoclásica*. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 11, 178. http://revistaeconomia.puj.edu.co/html/articulos/Numero_11/GALLARDO.pdf

García-Muñoz Nájar, L. A. (2006). *La Marca Colectiva, la Marca de Certificación o de Garantía: Características, principales requisitos de constitución, titularidad y uso*. Taller de la OMPI sobre signos distintivos como herramientas de competitividad empresarial.

Oficina Nacional de la Propiedad Industrial. Recuperado el 16 de marzo de 2023 de https://www.wipo.int/meetings/es/doc_details.jsp?doc_id=56757

Guerrero Gaitán, M. (2010). *Legislación aplicable a los contratos internacionales de transferencia de tecnología*. Revista La Propiedad Inmaterial. Recuperado el 16 de marzo de 2023 de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/2478>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Libre competencia*. Recuperado el 16 de marzo de 2023 de <https://www.indecopi.gob.pe/clc-que-hacemos>

Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Tribunal*. Recuperado el 1 de abril de 2023 de <https://indecopi.gob.pe/tribunal2#:~:text=El%20Tribuna1%20del%20INDECOPI%20se,relativos%20a%20la%20protecci%C3%B3n%20del>

Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. (2018). *¿Qué son los diseños industriales?* Recuperado el 10 de marzo de 2023 de <https://www.gob.mx/imp/ articulos/que-son-los-disenos-industriales?idiom=es>

García, Jaén et al. (2013). *Microeconomía básica*. Septem ediciones.

Justia, U.S. Supreme Court. (2013). *Assoc. for Molecular Pathology v. Myriad Genetics, Inc.*, 569 U.S. 576. Recuperado el 13 de marzo de 2023 de <https://supreme.justia.com/cases/federal/us/569/576/>

Keat et al. (2004). *Economía de la empresa*. (4ª. Edición). Pearson Educación.

Márquez, T. (1997). Condiciones básicas para la protección legal de las invenciones y el Derecho a las Patentes. Recuperado el 12 de febrero de 2023 de https://www.wipo.int/mdocsarchives/OMPI_INV_GUA_97/OMPI_INV_GUA_97_1.pdf

Martínez Pérez, M. (2018). *Derecho de las patentes versus Derecho de Defensa de la Competencia en la Unión Europea*. Cuaderno de Derecho Trasnacional, Universidad Carlos III de Madrid Recuperado el 12 de marzo de 2023 de <https://e-revistas.uc3m.es/index.php/CDT/article/view/4126>

Miranda Londoño, A. & Gutiérrez Rodríguez, J.D. (2007). *Historia del Derecho de la Competencia: Orígenes y Evolución en Estados Unidos, la Unión Europea y América Latina*. Revista Boliviana de

Derecho. 3, 215. <https://www.redalyc.org/pdf/4275/427539903013.pdf>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (1883). *Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial*.

https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/ta_docs_s/1_tripsandconventions_s.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (2016). *Principios básicos de la Propiedad Industrial*. (2ª. Ed.). OMPI. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de

https://www.wipo.int/edocs/pubdocs/es/wipo_pub_895_2016.pdf

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *Dibujos y Modelos Industriales*. Recuperado el 12 de marzo de 2023 de

<https://www.wipo.int/designs/es/>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *La competencia y las patentes*. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de

<https://www.wipo.int/patentlaw/es/developments/competition.html>

Organización Mundial de la Propiedad Intelectual. (s.f.). *¿Qué es la propiedad intelectual?* Recuperado el 1 de febrero de 2023 de

<https://www.wipo.int/aboutip/es/#:~:text=La%20propiedad%20int>

electual% 20(PI)% 20se,im% C3% A1genes% 20utilizados% 20en% 20el% 20comercio.

Organización Mundial del Comercio. (1995). *Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio*. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de https://www.wto.org/spanish/tratop_s/trips_s/ta_docs_s/1_tripsandconventions_s.pdf

Ossorio, M. (2011). *Diccionario de Ciencias Jurídicas, Políticas y Sociales*. (37ª. Ed.). Heliasta. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://www.elmayorportaldegerencia.com/Libros/Politica/%5BPD%5D%20Libros%20%20Diccionario%20de%20Ciencias%20Juridicas%20Politicasy%20Sociales.pdf>

Riofrío Martínez-Villalba, J. C. (2014, 18 de noviembre). *Teoría general de los signos distintivos*. Revista La Propiedad Inmaterial. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://revistas.uexternado.edu.co/index.php/propin/article/view/3914>

Rionda Ramírez, J. I. (2006). *Microeconomía Básica*. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://www.eumed.net/libros-gratis/2006a/jirrmic/index.htm>

Rodríguez, A. & Nahilse, J. (2014). *Breve esbozo teórico doctrinal acerca de las marcas y otros signos distintivos*. Revista de la Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas Elche, 1(10), 6. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://revistasocialesyjuridicas.files.wordpress.com/2014/07/10-tm-01.pdf>

Roldan, P.N. (2017, 2 octubre). *Derecho antimonopolio*. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://economipedia.com/definiciones/derecho-la-competencia.html>

Schatan, C. y Ávalos, M. (2006). *Condiciones políticas de competencias: Economías pequeñas de Centroamérica y el Caribe*. (1ª. Ed.). Fondo de Cultura Económica. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de https://repositorio.cepal.org/bitstream/handle/11362/1906/S337972S312_es.pdf

Sullivan, L., Grimes, W. & y Sagers, Ch. (2015). *The Law of Antitrust: An integrated handbook*. West Academic Publishing.

Tribunal de Defensa de la Competencia. (15 de abril de 1999). Expediente No. 426/98. https://www.cnmc.es/sites/default/files/55847_7.pdf

Tercer Tribunal en Materia Administrativa del Primer Circuito de México (14 de octubre de 2004). Expediente No. 1269/84. <https://wipolex-res.wipo.int/edocs/lexdocs/laws/es/mx/mx094es.html>

Winslow, T. (2004). *Derecho y Política de la Competencia en Perú: Examen inter-pares*. OCDE. Recuperado el 1 de febrero de 2023 de <https://www.oecd.org/daf/competition/DerechoPol%C3%ADticaPeru.pdf>

Zorilla Arena, S. (2004). *Cómo aprender economía*. Editorial Limusa, S.A. Recuperado el 15 de marzo de 2023 de <https://books.google.com.pe/books?id=JSA25Z0IzGQC&printsec=copyright#v=onepage&q&f=false>

Legislación nacional

Asamblea Nacional Constituyente. (1985). *Constitución Política de la República de Guatemala*.

Congreso de la República de Guatemala. (1970). *Código de Comercio*. Decreto 2-70

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

Legislación internacional

Congreso de la Confederación. (1787). *Constitución de Estados Unidos de América.*

Congreso de Estados Unidos. (1890). *Ley Antimonopolios Sherman (Sherman Act).*

Presidente de la República de Perú. (1992). *Ley de Organización y de funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual.* Decreto Ley No. 25868.

Congreso de la República de Perú. (2008). *Ley de Represión de Conductas Anticompetitivas.* Decreto Legislativo No. 1034.

Rey de España, Juan Carlos I. (1978). *Constitución de España.*

Consejo de la Unión Europea. (2009). *Reglamento (CE) No.207/2009 del Consejo de 26 de febrero de 2009 sobre la marca comunitaria.*

Congreso de Diputados de España. *Ley 15/2007 de Defensa de la Competencia.*

Consejo de ministros de España. Real Decreto 2295/2004 sobre la Aplicación de las normas comunitarias de competencia.