

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS JURÍDICAS



LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LO RELATIVO A LA VIOLACION DE
DISTINTIVOS COMERCIALES EN LA LEGISLACION PENAL
SALVADOREÑA

PRESENTADO POR:
MENDEZ OLAYA LISETH
NOLASCO DIAZ JOSE OVIDIO

TESIS PARA OPTAR AL GRADO DE:
LICENCIATURA EN CIENCIAS JURIDICAS

ASESOR DE CONTENIDO:
LICENCIADO CARLOS SOLORZANO TREJO

ENERO DE 2004

SAN MIGUEL

EL SALVADOR

CENTRO AMERICA



AUTORIDADES DE LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

DRA. MARIA ISABEL RODRIGUEZ

RECTORA

DRA. CARMEN ELIZABETH RODRIGUEZ DE RIVERA

VICERRECTOR

ING.AGRO. JOAQUIN ORLANDO MACHUCA GOMEZ

VICE RECTOR ACADEMICO

LIC. LIDIA MARGARITA MUÑOZ VELIZ

SECRETARIA GENERAL

PEDRO ROSALIO ESCOBAR CASTANEDA

FISCAL GENERAL



AUTORIDADES DE LA FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL

ING. AGRO. JUAN FRANCISCO MARMOL CANJURA

DECANO INTERINO

VICE DECANO (SIN ELEGIR)

LICENCIADA LOURDEZ ELIZABETH PRUDENCIO COREAS

SECRETARIA GENERAL

LICENCIADO RAFAEL ANTONIO ANDRADE POLIO

JEFE DEL DEPARTAMENTO DE CIENCIAS JURIDICAS

LICENCIADO JOSE FLORENCIO CASTELLON

COORDINADOR GENERAL DE PROCESOS DE GRADUACION

LICENCIADO CARLOS SOLORZANO TREJO GOMEZ

DOCENTE DIRECTOR

LICENCIADO MANUEL ASENCION GONZALES MARIN

ASESOR METODOLOGICO



AGRADECIMIENTOS

A DIOS TODO PODEROSO

Por haber guiado mis pasos y ser mi protector en cada instante de mi vida e iluminado mi mente en mi carrera universitaria y darme la sabiduría y la fuerza necesaria para llegar a obtener el ideal que me propuse.

A MI BELLA MADRE

MARIA OLAYA MENDEZ BERRIOS, por todo su amor, apoyo y comprensión en cada instante de mi carrera, eres el Angel que ilumina mis senderos; en especial a ti con todo mi amor te dedico este triunfo por que eres mi guía, mi luz y mi inspiración, eres la persona de la cual me siento muy orgullosa por haber luchado para que yo lograra esta meta, darme tu amor incondicional, y haber estado junto a mí en cada momento difícil, preocupándote y sacrificándote para que siempre tuviera lo mejor y salir adelante.



A MIS HERMANOS

*Hermanos como ustedes que estén dispuestos a brindar su amor, apoyo, y protección son pocos en la vida, por ello de manera muy especial a ti **Elmer y Reina** les dedico mis logros por haber creído en mí y proporcionarme su apoyo incondicional en cada momento que lo necesité durante todo el proceso universitario para alcanzar éste triunfo.*

Por brindarme su apoyo y amor a Olga, Maria, Gilma, Norma, Emilio, y Sergio.

A MIS SOBRINOS

Pamela, Selene, Vanessa, Alex, Josué, Kevin y Oswaldo con mucho cariño.

A MIS CUÑADOS

Francisco de manera muy especial por todo el apoyo, consejos que me proporcionó durante mi carrera y Odir por brindarme su amistad y apoyo.

A MIS AMIGOS Y FAMILIARES

Por todo su apoyo durante toda mi carrera y su amor incondicional.



AL ASESOR DE TESIS

Lic. Carlos Solórzano Trejo Gómez gracias por todos los conocimientos, orientación y enseñanza durante todo el proceso de graduación, ser un excelente amigo, apoyarme y comprenderme en los momentos mas difíciles.

A MIS MAESTROS

Por toda su enseñanza y gratitud al adquirir mis conocimientos teóricos – prácticos.

A MIS COMPAÑEROS

Que durante toda la carrera me dieron su amistad y apoyo, en especial a mi compañero de tesis José Ovidio Nolasco Díaz por haberme apoyado incondicionalmente en los momentos más difíciles y estar junto a mí cuando mas lo necesite.

A LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Por haberme permitido adquirir mis conocimientos y sabiduría.

OLAYA LISETH MENDEZ



A DIOS TODO PODEROSO

Por haberme brindado salud y bienestar, y colmado de sabiduría y fuerza, pero sobre todo por haberme dado a disfrutar la dicha de tener como Madre a la mujer más maravillosa y ejemplar del mundo, quien con su incansable esfuerzo y sacrificio creo la posibilidad en mí de recibir educación y que hoy ve culminada.

A MI DULCE MADRE

De manera muy especial con todo mi amor dedico esta tesis a **MARIA JUANA DIAZ**, a quien agradezco de manera absoluta por haber creído en mi y haberme enseñado a diferenciar entre lo bueno y lo malo y de quien he aprendido a luchar por lo que se quiere, pero además por darme motivación y confianza de seguir siempre adelante, por haber edificado en mi pese a la distancia y mediante sacrificios y sufrimientos la persona que ahora soy; madre de quien siempre recibí en buenos y malos momentos todo el apoyo moral y espiritual, llenándome de fortaleza para avanzar por los difíciles senderos de la vida, Así también por haberme dado la oportunidad de compartir con mis tres hermanos la dicha de la vida.



A MI EXTRAÑABLE PADRE

JOSE CLAROS NOLASCO, quien desde lo más alto del cielo pude sentir su presencia y bondad infinita, iluminando siempre mi camino y dándome fuerza para seguir adelante.

A MI QUERIDA ABUELA

HERIBERTA DIAZ y su esposo NICOLAS CABRERA, por haber sido esa abuela cariñosa y comprensiva que siempre necesite y de quien he aprendido mucho.

A MIS HERMANOS

De manera muy especial a Teresita, Margarito y Manuel Nolasco Díaz, por ser hermanos ejemplares que siempre estuvieron conmigo y me apoyaron en todo momento, compartiendo mis esfuerzos y disfrutando los alcanzados.

A MIS TIAS

Victoria Díaz y Rosa Díaz, por haberme apoyado aunque sea a través de la distancia a culminar este esfuerzo.



A MIS COMPAÑEROS

A todos ellos por haberme permitido ser su compañero, pero además por ser mis mejores amigos y habernos mantenido siempre unidos en las buenas y en las malas y por haber siempre sabido superar todo obstáculo que se nos antepuso como estudiantes; en especial a mi compañera de tesis **Olaya Liseth Méndez** y a mis otros compañeros **José Antonio Márquez Guzmán, Kenia Liseth Hernández Rivera, Oscar Flores Granados, Fermín Alexander Medrano, Saúl Bladimir Martínez Rivera** y al compañero **Rigoberto Alexander Gonzáles Bonilla** (Q.D.D.G) y a sus padres don Rigoberto González y doña ...por sus sinceros consejos y su enorme valentía para superar tan irreparable pérdida de su Hijo amado.

A MIS PROFESORES

Por haber compartido conmigo sus conocimientos y formación de valores pero de manera muy especial a dos de ellos al **Lic. Rafael Antonio Andrade Polio** por haber sido mi maestro, pero además por haberme brindado su amistad y haberme permitido colaborarle en distintas Actividades Académicas. Y al **Lic. Carlos Solórzano Trejos** por haberme permitido recibir de él la preparación final en mi carrera, por habernos enseñado el valor de la disciplina pero mas



aun por haberme brindado su amistad y compartido junto a nosotros momentos de alegría y haber estado siempre conmigo en aquellos momentos difíciles.

A LA UNIVERSIDAD

Por haber formado en mí un profesional sensible a los problemas sociales de la comunidad y siempre dispuesto a colaborar en la solución de ellos.

A LAS ASOCIACIONES ESTUDIANTILES

En especial a la AED, AGEFMO, AGEUS, y a la OCLAE, Por ser las cunas forjadoras del pensamiento científico y proactivo en el estudiante, y por haberme permitido trabajar de la mano con cada una de ellas, buscando un mejor desarrollo de la educación superior en El Salvador y en toda América Latina. En ellas aprendí el valor del trabajo organizado de cuyos frutos a sido beneficiada mi comunidad hoy organizada, además fueron el pilar de apoyo que mantuvieron en mí a un estudiante dinámico, emprendedor y forjador de cambios en la facultad.

A LA SOCIEDAD EN GENERAL

A los niños y niñas, al obrero, al campesino, a las asociaciones comunales, a los sindicatos de trabajadores, y al pueblo en general, por haberme permitido



gozar del privilegio de estudiar y concederme el espacio necesario para mi auto realización. Pues a ella me debo.

DEMÁS FAMILIARES Y AMIGOS

Por haberme apoyado y compartido grandes momentos de alegría y de tristeza.

JOSE OVIDIO NOLASCO DIAZ



INDICE

	PAG.
INTRODUCCION.....	xiii
CAPITULO I PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	15
1.1 Situación Problemática.....	15
1.2 Enunciado del Problema.....	20
1.3 Objetivos de la Investigación.....	21
1.3.1 Objetivo General.....	21
1.3.2 Objetivos Específicos.....	21
1.4 Justificación de la Investigación.....	22
1.5 Alcances y Limitaciones.....	25
1.5.1 Alcances.....	25
1.5.2 Limitaciones.....	26
CAPITULO II MARCO TEORICO	27
2.1. ANTECEDENTES	27
2.1.1 Antecedente Doctrinario.....	27
2.1.1.1 La Prehistoria.....	27
2.1.1.2 Historia.....	28
2.1.1.2.1 Edad Antigua.....	28
2.1.1.2.2 Edad Media.....	29
2.1.1.2.3 Época Precolombina.....	32
2.1.1.3 Edad Moderna.....	35
2.1.1.4 Edad Contemporánea.....	36
2.1. 2. Antecedente Legal.....	38



2.1.2.1 Europa.....	38
2.1.2.2 América.....	40
2.1.2.3 Centro América.....	42
2.1.2.3.1 Constituciones Federales.....	42
2.1.2.3.2 Leyes, Tratados Y Convenciones.....	43
2.1.2.4 El Salvador.....	45
2.1.2.4.1 Evolución Constitucional.....	45
2.1.2.4.2 Leyes, Tratados Y Convenios.....	49
2.1.2.4.3 Evolución En La Legislación Penal Salvadoreña.....	51
2.2 BASE TEORICA.....	55
2.2.1 Aspectos Doctrinales De La Propiedad Industrial.....	55
2.2.1.1 Concepto.....	55
2.2.1.2 Naturaleza De La Propiedad Industrial.....	57
2.2.2 Modalidades De La Propiedad Industrial.....	61
2.2.2.1 Invenciones	61
2.2.2.1.1 Patente De Invención.....	61
2.2.2.1.2 Modelo De Utilidad	62
2.2.2.1.3 Diseño Industrial.....	63
2.2.2.1.4 Secreto Comercial O Industrial.....	64
2.2.2.2 Distintivos Comerciales.....	66
2.2.2.2.1 Concepto.....	66
2.2.2.2.2 Principios.....	66
2.2.2.2.3 Clases De Signos Distintivos.....	67
2.2.2.2.3.1 La Marca.....	67
2.2.2.2.3.2 El Nombre Comercial	71
2.2.2.2.3.3 Expresión O Señal de Publicidad Comercial.....	74
2.2.2.2.3.4 Indicaciones de Procedencia	75
2.2.2.2.3.5 Denominaciones De Origen.....	77



2.2.2.2.3.5 Emblema.....	77
2.2.3 Marco Constitucional.....	78
2.2.4 Tratados Internacionales.....	80
2.2.4.1 Declaración Universal de los Derechos Humanos.....	81
2.2.4.2 Convención Internacional sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Racial.....	82
2.2.4.3 Declaración Americana sobre Derechos y Deberes Del Hombre.....	83
2.2.4.4 Convención Americana de los Derechos Humanos.....	84
2.2.4.5 Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial.....	85
2.2.4.6 Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC).....	91
2.2 .5 Legislación Secundaria.....	97
2.2.5.1 Código Penal.....	97
2.2.5.2 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.....	99
2.2.5.3 Ley De Protección al Consumidor.....	116
2.2.6 Instituciones Encargadas de la Protección de los Signos Distintivos.....	120
2.2.6.1 Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI).....	120
2.2.6.2 Centro Nacional de Registros	122
2.2.7 Enfoque Criminológico.....	124
2.2.8 Enfoque Económico.....	128
2.2.9 Bien Jurídico y Fin de la Norma.....	132
2.2.10 Necesidad de Protección Penal.....	136
2.2.11 Norma Penal en Blanco.....	138
2.2.12 Estructura del Ilícito Violación de Distintivos Comerciales.....	139



2.2.12.1 Aspecto Objetivo.....	139
2.2.12.1.1 Elementos Descriptivos.....	139
2.2.12.1.1.1 Sujeto Activo.....	139
2.2.12.1.1.2 Sujeto Pasivo.....	141
2.2.12.1.1.3 Acción.....	141
2.2.12.1.1.4 Resultado.....	144
2.2.12.1.1.5 Objeto.....	145
2.2.12.1.1.6 Bien Jurídico Protegido.....	146
2.2.12.1.1.7 Medios.....	146
2.2.12.1.1.8 Forma.....	147
2.2.12.1.1.9 Lugar.....	147
2.2.12.1.2 Elementos Normativos.....	147
2.2.12.1 Aspecto Subjetivo.....	149
2.2.12.2.1 Dolo.....	149
2.2.12.2.2 Elementos Especiales del Dolo.....	151
2.2.13 Clasificación del Delito Violación de Distintivos Comerciales.....	153
2.2.13.1 En cuanto a la forma de realización del acto	153
2.2.13.2 Con relación a la gravedad del delito	154
2.2.13.3 En cuanto a la forma de responsabilidad	154
2.2.13.4 Atendiendo al Bien Jurídico Protegido.....	155
2.2.13.5 Atendiendo a las cualidades del sujeto activo.....	155
2.2.13.6 En atención al numero de sujetos activos y participes en el cometimiento del delito.....	155
2.2.13.7 Atendiendo a la Estructura del tipo.....	156
2.2.13.8 Según el contenido del tipo penal.....	156
2.2.13.9 De resultado o de Mera Actividad.....	157
2.2.13.10 Es de peligro abstracto o Concreto.....	157
2.2.13.11 Es un Delito de Consumación Anticipada.....	158



2.2.13.12 Es un Delito de un solo Acto o de Varios Actos.....	159
2.2.13.13 Formulación del tipo penal.....	159
2.2.14 Autoría y Participación en el Delito Violación de Distintivos Comerciales	
2.2.14.1 Autoría.....	160
2.2.14.1.1 Autor Directo.....	160
2.2.14.1.2 Autor Mediato	161
2.2.14.1.3 Coautor.....	161
2.2.14.2 Participes.....	162
2.2.14.2.1 Instigador.....	162
2.2.14.2.2 Cómplice.....	163
2.2.15 Error de Tipo.....	163
2.2.16 Antijuridicidad.....	165
2.2.16.1 Análisis de las Causas de Justificación	167
2.2.17 Culpabilidad.....	170
2.2.17.1 Elementos De La Culpabilidad.....	171
2.2.18 Concurso De Delitos.....	177
2.2.18.1 Concurso Ideal.....	177
2.2.18.2 Concurso Real.....	177
2.2.19 Comparación del Ilícito Violación de Distintivos Comerciales con otros Tipos Penales.....	179
2.2.20 El Ilícito Violación de Distintivos Comerciales en el Derecho Comparado.....	182
2.2.20.1 Guatemala.....	183
2.2.20.2 Honduras.....	185
2.2.20.3 Panamá.....	187
2.2.20.4 España	189
2.2.20.5 Venezuela.....	192
2.2.20.6 Colombia.....	194



2.2.20.7 Perú.....	196
2.2.20.8 Bolivia.....	197
2.2.20.9 Cuba.....	198
2.2.20.10 México.....	200
2.2.21 Jurisprudencia.....	202
2.2.21.1 Jurisprudencia Internacional.....	203
2.2.21.2 Jurisprudencia Nacional.....	205
2.2.3 Definición de Términos Básicos.....	214
CAPITULO III MARCO METODOLOGICO	
3.1 Tipo de Investigación.....	222
3.2 Población y Muestra.....	224
3.2.1 Población.....	224
3.2.2 Muestra.....	225
3.3 Sistema de Operacionalizacion de Hipótesis.....	227
3.4 Técnicas e Instrumentos.....	231
CAPITULO IV ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS.....	
4.1 Presentación de Resultados.....	236
4.2 Análisis e Interpretación de Resultados.....	257
CAPITULO V CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	
5.1 Conclusiones.....	289
5.2 Recomendaciones.....	294
BIBLIOGRAFIA.....	300
ANEXOS.....	306



INTRODUCCION

Con el devenir del tiempo y su consecuente desarrollo de los sistemas de intercambio de bienes y servicios, como respuesta al cúmulo de necesidades algunas veces ilimitadas de la humanidad, motivo de profundas preocupaciones por ese incierto porvenir y desierto presente a dado lugar a buscar alternativas de subsistencia, creando así nuevas formas de intercambio que satisfagan esas necesidades.

Abastecimiento de bienes y servicios que con la industrialización de la economía mundial ha llevado al surgimiento de una nueva rama de estudios jurídicos con la finalidad de establecer y garantiza esa convivencia armónica de los individuos que permita que la sociedad logre sus objetivos con esfuerzos propios y no por aprovechamiento de los de un tercero, como sería para el caso el aprovecharse de la fama comercial de los distintivos comerciales inscritos a nombre de otra persona.

Así entonces que existió la necesidad de normar las reglas de intercambio en el comercio y la industria que garantice el legítimo ejercicio de la actividad comercial y de seguridad jurídica en las inversiones, permitiendo la disposición en el mercado de bienes y servicios de forma leal a las pretensiones del consumidor, para lo cual es



condición indispensable ofrecer una diferenciación de los establecimientos comerciales o industriales, y de productos unos de otros; a través de las marcas debidamente inscritas con la finalidad que el consumidor no sea inducido a error y adquiera los productos con las marcas de su preferencia.

Siendo así que en la presente investigación se hace un estudio del rol que los distintivos comerciales han desempeñado con el devenir del tiempo, su necesaria regulación y punición en el derecho penal, destacando entre ellos sus características y funciones elementales en el comercio, la regulación internacional sobre su protección.

Se desarrolla la adecuación de la teoría del delito al ilícito Violación de Distintivos Comerciales y se analizan los resultados obtenidos en la investigación de campo. Para ofrecer por ultimo las conclusiones y recomendaciones a que se llego luego de realizada la investigación.



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA



CAPITULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1 SITUACION PROBLEMATICA

La Propiedad Industrial, y en especial, los Distintivos Comerciales en el mundo globalizante, es un tema de creciente debate; definiéndola como el conjunto de derechos que tiene una Persona Natural o Jurídica, sobre sus inventos o descubrimientos de aplicación a la industria y al comercio, siendo necesario identificar los productos o servicios mediante distintivos especiales con los que se diferencia en el tráfico del comercio.

Con la Revolución Industrial en la primera parte del siglo XIX, el desarrollo del comercio, los cambios en la estructura de la producción y la distribución de Bienes y Servicios en los últimos siglos han exigido fijar para cada una de la entidades industriales o comerciales la necesidad de diferenciar los productos y servicios unos de otros y establecer regulaciones legales afines en el funcionamiento de cada uno de ellos en la actividad comercial o industrial.

Este debate internacional por décadas; ha influenciado el derecho interno, partiendo del mismo Derecho Constitucional Salvadoreño, En el que para 1883 se



establecían Garantías Individuales como la inviolabilidad de la Propiedad Intelectual, literaria o artística.

Posteriormente en las Constituciones Política de 1950 y 1962 se reconoció la Propiedad Intelectual y Artística en la forma que determinara el ordenamiento jurídico secundario incluyendo en ella la propiedad industrial.

En la Constitución de la Republica de 1983, en los Art. 103 Inc. 2º y 110 Inc. 3º , es reconocido el derecho a la Propiedad Intelectual y a la Propiedad Industrial.

La Propiedad Industrial ha sido objeto de regulación en el ordenamiento jurídico secundario, con la ratificación del CONVENIO CENTROAMERICANO PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, CONVENIO DE LA UNION DE PARIS, ACUERDOS ADPIC y mas recientemente a través de la LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS, publicada en el mes de junio de 2002.

La legislación Penal como última ratio ha sido objeto de reforma, en cuanto a la Propiedad Industrial y más específicamente en los Distintivos Comerciales.

En el Código Penal vigente desde el 20 de abril de 1998; en su Título Nueve denominado DELITOS RELATIVOS AL ORDEN SOCIECONOMICO; en el Capítulo Uno referido a los DELITOS RELATIVOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, el cual esta comprendido de cuatro disposiciones entre ellos la Violación de Distintivos Comerciales en el Art. 229, como un tipo penal de Peligro Abstracto.



Está constituido por una acción considerada peligrosa; ya que infringe los derechos de los titulares de la propiedad industrial, de los consumidores y del Estado mismo, por ende ofrece una compleja problemática de difícil abordaje, debido a que en el tipo penal pueden existir una diversidad de conductas consideradas prohibidas, a las que deberá entenderse sus alcances y limitaciones que en ella concurren; para determinar en concreto lo que el legislador por técnica legislativa quiso establecer en la ley penal, puesto que aun en los países industrializados no se ha resuelto con claridad la problemática del delito antes mencionado y mas aun cuando se trata de la configuración de un Tipo Penal en Blanco.

La finalidad perseguida por el legislador es clara, proteger penalmente los derechos amparados en los Distintivos Comerciales y así lograr reglas claras del funcionamiento comercial. El Ilícito en estudio encuentra serias dificultades en una sociedad de consumo, influencias que entremezclan la economía y la política; ya que solo son conocidos por grupos reducidos de especialistas, privándose por su complejidad y especialidad de un conocimiento general y esencial a los ciudadanos.

Con la protección penal de los Distintivos Comerciales se pretende brindar seguridad jurídica a inversionistas nacionales y extranjeros, ya que sin esa protección se distorsiona el mercado y con ella los efectos ulteriores consistentes en la disminución de la ganancia, perjuicio en la fama comercial, poca preferencia de sus productos, y por parte de los consumidores adquieren productos de baja calidad, duración y adquisición de productos sin garantía etc.



El desarrollo tecnológico ha simplificado las formas y tendencias de reproducir, imitar, falsificar con facilidad los signos distintivos, provocando inseguridad jurídica en los inversionistas, comerciantes e industriales por ello es necesario adecuar el marco jurídico regulatorio ante la inminente firma de un Tratado de Libre Comercio, donde se exigen reglas claras de competitividad y libre empresa.

Lo anteriormente expresado genera algunos cuestionamientos tales como:

¿ Cuales son las formas comunes de realización del delito de violación de distintivos comerciales?, ¿ El ordenamiento jurídico- penal salvadoreño referente a la protección de Distintivos Comerciales esta acorde a las exigencias de la comunidad internacional?, ¿ Que incidencia tiene la globalización económica y social en la Propiedad Industrial, específicamente en la violación de distintivos comerciales?, ¿La protección de Distintivos Comerciales es parte de las exigencias en la negociación de los Tratados de Libre Comercio?, ¿ La regulación penal existente es efectiva para garantizar la transparencia y el normal funcionamiento del trafico industrial y comercial?, ¿ En que medida la norma penal en blanco y leyes administrativas son indispensables para la determinación y configuración del delito de violación de distintivos comerciales?.



1.2 ENUNCIADO DEL PROBLEMA

Considerando que el tratamiento legal del delito de Violación de Distintivos Comerciales es novedoso en la Legislación Penal Salvadoreña es valido cuestionarse: ¿ En que medida la regulación penal existente sobre la Violación de Distintivos Comerciales garantiza los derechos amparados por la Propiedad Industrial y el normal funcionamiento del Trafico Comercial?.



1.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

1.3.1 OBJETIVO GENERAL

- Analizar la divulgación del Derecho Penal en la protección de Distintivos Comerciales como forma de garantizar los derechos amparados por la propiedad industrial, derechos del consumidor y del orden socioeconómico.

1.3.2 OBJETIVOS ESPECIFICOS

- Identificar la efectividad del derecho penal en la protección de los Distintivos Comerciales.
- Determinar en que medida la reproducción, imitación, modificación u otra utilización indebida de los distintivos comerciales amparados en la propiedad industrial afectan los derechos del consumidor.
- Determinar en que medida el creciente desarrollo tecnológico, comercial o industrial facilitan el cometimiento del ilícito violación de distintivos comerciales.



1.4 JUSTIFICACION DE LA INVESTIGACIÓN

La protección penal de la Propiedad Industrial y en especial los Distintivos Comerciales en la industria y el comercio en países como El Salvador con tradición de Tutela Penal sobre estos derechos; los Foros Internacionales tienen profunda incidencia en los debates Internos con el fin de adecuar el marco jurídico normativo y así brindar seguridad jurídica en las regulaciones comerciales e industriales.

La regulación penal constituye una forma de garantizar las ideas empresariales, industriales o comerciales que en numerosas ocasiones responde a la aplicación de descubrimientos científicos, a la fabricación de bienes de consumo; por tanto la Violación de Distintivos Comerciales regulada en el artículo doscientos veintinueve del Código Penal, es un tipo con ciertas particularidades merecedora del presente estudio por que se constituye en un delito de carácter socioeconómico estructurado en el Derecho Penal Económico con el uso de Normas Penales en Blanco.

Estas singularidades se deben tanto a razones de técnica legislativa como al hecho que el Derecho Penal Económico tiene en cuenta los nuevos fenómenos socioeconómicos y opta por soluciones novedosas en cuanto a su contenido; ya que, en el ámbito de su estructura se dan frecuentes modificaciones de sus normas en razón de los constantes cambios de intereses de la política económica, y están dirigidos a la protección contra el fraude económico en el comercio y la industria.



Estas conductas pueden tener una naturaleza comercial, lo que protege la norma es la Propiedad Inmaterial, el derecho de los consumidores y el Bien Común, de lo contrario se constituyen en ilegalismos comerciales; y como tales serian practicas usuales del mercado la imitación, reproducción, modificación y utilización de marcas, nombres, y cualquier otro distintivo comercial sin el consentimiento del titular del derecho de propiedad industrial.

Este delito es de gran complejidad en cuanto a su tipificación por el comportamiento dinámico de las economías; pues con la globalización económica y social solo aquellos países que tengan la legislación adecuada a las circunstancias y exigencias internacionales gozaran del beneficio a las inversiones nacionales y extranjeras; que buscan seguridad jurídica en la industria y el comercio en un régimen de competitividad comercial, como formas de garantizar sus productos en los mercados locales e internacionales.

Es evidente el vacío teórico en relación a este tema de vital importancia en el ámbito Jurídico Penal Salvadoreño puesto que al ser un país Sub desarrollado no se le da mayor relevancia al tratamiento efectivo del mismo.

Con lo anterior, es necesario desarrollar una investigación que responda a las inquietudes de los Estudiantes de Derecho, Operadores de Justicia, Comerciantes, Industriales, Consumidores, Consultores Internacionales y a la Sociedad en general un aporte teórico y legal que permita comprender y aplicar las disposiciones penales de forma eficaz en el delito Violación de Distintivos Comerciales.



1.5 ALCANCES Y LIMITACIONES

1.5.1 ALCANCES

- Analizar el delito Violación de Distintivos Comerciales en cuanto a su clasificación y estructura en el derecho penal.
- Los sujetos de la investigación serán: Jueces de Sentencia, Fiscales, Defensores, Policías en materia penal específicamente en el Departamento de San Miguel.
- Revisar algunos expedientes Judiciales en que se haya dado tratamiento a la violación de distintivos comerciales pertenecientes a personas naturales o jurídicas, nacionales o internacionales.
- Conformar de forma sistemática y técnico – científico la estructura del tipo penal, por pertenecer a los delitos socioeconómicos donde la doctrina hoy en día no es clara.
- Clasificar el Tipo penal de acuerdo a los sujetos intervinientes.
- Medir la frecuencia con la que se comete el delito Violación de Distintivos Comerciales.



- La temporalidad que alcanza la investigación es desde Enero del 2001 - Diciembre del 2003.
- La espacialidad del desarrollo de la investigación se realizara en el Departamento de San Miguel.

1.5.2 LIMITACIONES

- La existencia de un reducido número de especialistas que brinden información sobre el tema.
- Carencia de fuente bibliografía en el marco nacional referente a infracciones en el ámbito penal de marcas, nombre o cualquier otro distintivo comercial.
- El tiempo para desarrollar la investigación y estudiar extensamente un tema de trascendental importancia es insuficiente.
- Recurso Humano y Económico.



CAPITULO II

MARCO TEORICO



CAPITULO II

MARCO TEORICO

2.1. ANTECEDENTES

2.1.1 ANTECEDENTE DOCTRINARIO

2.1.1.1 LA PREHISTORIA

El Hombre a través de su evolución hasta antes de 500 o 400 años AC. Fue creando medios que le permitieran sobrevivir, valiéndose de su creatividad perfeccionó toda clase de objetos. Conducta que fue observada en un principio durante todas sus etapas de la prehistoria, llámese Edad de Piedra donde perfeccionó Rocas; Edad de Bronce; Metales y la Edad del Hierro en la que utilizó como instrumento de caza la Lanza Primitiva, la Rueda, etc. Son manifestaciones del ingenio del hombre, contribuciones al progreso humano y surgen como solución a la necesidad humana de superar sus limitaciones naturales, de satisfacer su entorno, deseo de mejorar su existencia como individuo y como colectividad.

La inteligencia es la respuesta del hombre a los obstáculos que en su devenir histórico le plantea la naturaleza y su existencia misma.



2.1.1.2 HISTORIA

2.1.1.2.1 EDAD ANTIGUA

Antiguamente 400 o 500 años A. C con el descubrimiento de la escritura, el papel de los Signos Distintivos de la fabricación de productos, no tenía protección legal alguna; y no ejercía ninguna influencia en relación al objeto que se vendía.

El fabricante se limitaba a vender únicamente el producto que elaboraba; era un comercio directo entre el productor y el consumidor, su única finalidad era abastecer el mercado de la localidad. La clientela compraba los productos por sus habilidades, o por ser el único productor del bien o servicio en ese lugar, debido al gran aislamiento existente entre los pueblos a causa de inexistentes vías de acceso, comunicaciones difíciles o en algunos casos imposibles, transportes lentos con muy altos costos; lo anterior repercutía en el precio del producto provocando que; solo aquellos productos con una gran calidad podrían ser trasladados por todos los asentamientos humanos, ejemplo de ello son las Cerámicas provenientes de China o de Japón y las Estatuas provenientes de Grecia, lo cual se debía a que ésta clase de productos eran considerados como preciosos y raros, así como también enormemente caros. Es entonces que el lugar de origen constituía un tipo especial de apreciación del producto.

Por todo lo anterior en aquellos tiempos de la Antigüedad generalmente se trabajaba por encargo; es decir, que no existían reservas ni surtidos de parte del fabricante.



En la época Romana se acostumbraba usar el nombre del fabricante y el lugar donde se había elaborado el producto, como tipo característico del mismo; tal es el caso de los distintivos empleados por el Fisco Romano descubiertos en vasos que tenían las siglas de "R.P.A (Res Publica Augustanorum)"¹, como signo especial de objetos fabricados en hornos del fisco.

Pero el uso de las marcas como signos especiales de distinción es muy antigua, existen cerámicas de antiquísimas fabricas Chinas y Japonesas de porcelana que ya se encuentran marcados; en Grecia y Roma se marcaban Estatuas y Mercancías.

2.1.1.2.2 EDAD MEDIA

Los orígenes de la Propiedad Industrial se remontan al surgimiento de la industria en los tiempos de la edad media que termina a mediados del siglo XV. Con la caída del Imperio Oriental en 1453 y el Descubrimiento de América en 1492, momentos en que se intentaba dejar la industria doméstica y manoral bajo el surgimiento de nuevos estímulos como la expansión del comercio que repercutió sobre la industria creando abundancias en materia prima, capital, y mercados mas amplios, incrementándose así, el número de comerciantes y ampliándose las relaciones comerciales.

¹ Hernández Aguirre, Juan Francisco Eugenio. Introducción al Estudio de las Marcas. Pag. 2



Pasando ya al Régimen Corporativo, era no una opción sino una obligación para el fabricante, el distinguir los productos por él elaborados; y eran de tres clases:

1.-Distintivos Colectivos: Mas que un distintivo era un sello de autoridad con carácter de garantía para la persona contratante; como constancia de que dicho producto había sido fabricada con sujeción a los Reglamentos y Estatutos de la Corporación que lo autorizaba.

2.- Distintivos Individuales, los cuales podían ser adoptados por el maestro al entrar a la corporación, como por el artesano que elaboraba el producto.

3.- Una tercera clasificación de distintivos eran impuestos según el origen y procedencia de la mercancía; cuyo requisito tenían que ser puesto obligatoriamente, según disposiciones de las corporaciones.

Los signos individuales que consistían en el nombre del fabricante simplemente, no tenían tanta importancia para el publico, como era el de la corporación que lo autorizaba y el de la ciudad en donde se había fabricado. Por tanto en esta época de la historia, se le daba más importancia al aspecto público de los signos, en cuanto a la seguridad del consumidor que al aspecto privado del fabricante que producía el artículo.

En esta época pueden encontrarse ya dos tipos básicos de marcas como distintivos. Primero, las Marcas de los Mercaderes: Eran consideradas como signo de propiedad de los productos que se ponían; y Segundo, las Marcas de Producción: Cuyo



fin era indicar el origen o la procedencia. Estas eran utilizadas por los gremios para garantizar la calidad y reglamentar el acceso a determinadas profesiones. Su empleo era obligatorio y podría incluso estimarse que imponían una responsabilidad al productor en el sentido de que podrían utilizarse para saber quien era la persona que había hecho o vendido un producto defectuoso.

Es en la Edad Media que la marca asume la verdadera protección al poseedor de las mismas y a los consumidores contra los engaños de los usurpadores de las marcas, ya que el Estado comenzó a proteger a los industriales y comerciante independientemente de la nobleza de los mismos, y fue en "1373 que el Estado impuso a los tejedores "TOROELA DE MOTGRY", el uso de una Torre como marca impidiendo a otros su uso, ya fuesen Personas Naturales o Jurídicas sin autorización previa."²

Los primeros derechos de Propiedad Intelectual, se concedieron como patentes, los cuales desde el comienzo, fueron asociados con el desarrollo tecnológico. Los inventos importantes de finales de la edad media incluyeron procesos que aumentarían la eficiencia de los artesanos como el equipo para fabricar textiles, los procesos para teñirlos, los molinos de viento y los diseños para la construcción naval, ofrecida por los gobiernos locales como parte de sus políticas económicas para estimular el comercio y el progreso tecnológico. Las patentes fueron, esencialmente, monopolios concebidos para atraer a artesanos e inventores a sus Estados o localidades.

² Echeverría Murria, Alvaro. Análisis Comparativo entre el Derecho Macario Costarricense y la futura legislación marcaria centro Americana. Pag. 13



La transición de la marca de la edad media a la moderna duró varios siglos y es el resultado de las transformaciones económicas.

2.1.1.2.3 EPOCA PRECOLOMBINA.

El Salvador tiene una civilización que se remonta a la Época Precolombina a unos 1500 años AC., así como lo demuestran las Piezas Arqueológicas encontradas en la zona del Tazumal de Chalchuapa. Reflejando en cada una de ellas un nivel inventivo y creativo impresionante. Los primeros pobladores fueron Pokomanes, Lencas y Chortis. Fueron seguidos por los Ululas y por los Pipiles que se establecieron en las Zonas del Occidente y Central del país hacia mediados de siglo XI.³

El Capitán Español Pedro de Alvarado, inicia una guerra de conquista contra los Indios Pipiles en la tierra de Cuzcatlán, lo que significa: "*Tierra de Riquezas o Preseas*" después de 17 días de sangrientas luchas en las cuales murieron muchos Indios, incluso el príncipe Atlacatl, Cacique de Cuzcatlán. En 1540, San Salvador fue trasladada a su sitio actual, y en Septiembre de 1546 le fue entregado el título de Ciudad por los Emperadores Carlos V y Felipe II de España. Durante los años siguientes, el país se desarrolló bajo la dominación Española, y a fines de la primera década del siglo XIX, surgió en todas las Colonias Hispanas de América

³ www.elsalvador.org. 1-09-2003



Siglos antes de que Europa tuviera noticias de un Nuevo Mundo, la civilización Maya iniciaba en él su poderoso desarrollo cultural. Desde el siglo IV de nuestra era, los Mayas elevaron majestuosos monumentos cuajados de relieves, establecieron un calendario exacto, cultivaron las artes y desarrollaron la agricultura⁴. Habitantes de lo que es ahora Guatemala, Honduras y El Salvador, habían alcanzado un alto grado de civilización, visto ahora por medio de símbolos utilizados que los hacia diferentes de otros asentamiento, como así lo prueban sus manifestaciones artísticas, su forma de gobierno, los libros que escribieron durante los primeros años de la dominación española, y las creaciones artísticas en cerámicas, las cuales eran talladas de forma impresionante y marcadas con indicaciones propias de cada región, trabajaron también la cerámica Policroma y las piedras duras como El Jade.

Los conquistadores introdujeron al país muchos avances tecnológicos y trajeron consigo enfermedades aun desconocidas en nuestras tierras que diezmaron aun más nuestros ya sufridos pueblos indígenas.

La prueba más antigua y más clara de la presencia del ser humano en la región de los Lagos de Nicaragua es, sin duda, las Huellas de Acalhualinca, cerca de la actual costa del lago de Managua.⁵ Estas huellas fueron impresas sobre barro fresco e inmediatamente cubierto y preservado por cenizas volcánicas. Este descubrimiento señala un éxodo forzado por alguna erupción volcánica, hace ya más de 10.000 años

⁴ www.history.com. Ibid.

⁵ www.sqci.mec.es. 3-09-2003



Las monedas utilizadas en esta era de la humanidad indígena fueron parte de ese nivel de invención que poseían, utilizando para ello; Primero el Cacao, luego Pedazos de Plata, más tarde monedas de oro y a finales de 1800 los primeros billetes.⁶

Sin embargo, el cacao se siguió usando con una equivalencia de 200 semillas de Cacao por un Real.⁷

Luego, durante la colonia las monedas más usadas fueron los “macacos”, pequeñas piezas de plata de forma irregular que se cortaban con tenaza y que tenían grabadas las columnas de Hércules, como una forma distintiva especial.

Los españoles se mezclaron con la población indígena, lo que dio como resultado una rica mezcla de culturas y una población mestiza. En Costa Rica, sin embargo, la población indígena desapareció prácticamente y en Guatemala ésta que fue tan importante y homogénea, se resistió a la mezcla y conservó sus propias tradiciones.

Durante la época colonial, Centroamérica se llamaba Capitanía General de Guatemala o Reino de Guatemala. La región sufrió continuos ataques por parte de piratas y filibusteros ingleses, franceses y holandeses⁸. En el siglo XVIII, los gobernadores de Guatemala estaban preocupados por los ataques de los Corsarios y el

⁶ www.elsalvador.com. 5-09-2003

⁷ Ibid

⁸ www.sqci.mec.es. 7-09-2003



avance de los Ingleses que ocuparon la Costa de los Mosquitos. Las rivalidades entre España e Inglaterra a causa de territorio nicaragüense duraron casi tres siglos.

2.1.1.3 EDAD MODERNA

Pasados los principios del siglo XIX con el apareamiento del vapor como fuerza de trabajo y del ferrocarril, se elevó el crecimiento de las ciudades, lo cual obligo a mejorar e incrementar los medios de comunicación. Con la sustitución de buena parte de la fuerza laboral de las industrias por maquinas de vapor, los fabricantes aumentaron y uniformaron su producción, logrando que sus precios bajaran considerablemente ya que tomaron conciencia que era preferible obtener pequeñas utilidades en cada producto pero produciendo y distribuyendo grandes cantidades. El fabricante puede crear gran demanda para sus productos que le garantiza la misma por medio de la propaganda que le haga, creando así, dentro del consumidor, un modo de preferir sus productos acostumbrándolos de esta forma a pedirlos.

La utilización de los Signos Distintivos por parte del comerciante e industrial data desde antes de la Edad Media, con el cual se singularizaba la producción, denominada para ese entonces “Signo Mercatoris”,” como señal de propiedad, siendo el antecesor de los actuales signos distintivos.”⁹

⁹ Garrique, Joaquín. Curso de derecho Mercantil. Tomo I.



Utilizando la marca como un medio eficaz por los productores o distribuidores para identificar los productos que fabricaban o vendían según su origen o procedencia.

2.1.1.4 EDAD CONTEMPORANEA

El desarrollo del comercio, la revolución industrial, los cambios en la estructura de la producción y de la distribución de bienes y servicios, en los últimos siglos, han dado lugar a esa transición.

Con la Revolución Industrial se expande la producción de mercancías mecanizadas, se incrementa el comercio (no vender una sola clase de artículos sino una cantidad y variedad de ellos); y se origina la necesidad en el comerciante de distinguir los productos por él elaborados o distribuidos con una designación que permitiera identificarlos de los productos creados por otros comerciantes.

“Las marcas modernas surgieron en realidad en la segunda mitad del siglo XIX. Algunas de las marcas ahora famosas fueron creadas en los últimos decenios del siglo XIX, como por ejemplo: Quaker en 1895, Coca-cola en 1886, Kodak en 1888, Mcdonald en 1901, etc.”¹⁰.

Estas marcas modernas a diferencia de las marcas medievales no son obligatorias, sino que, en general, queda al arbitrio del vendedor utilizar o no la marca

¹⁰ Portillo Barrera, Juan Antonio. La Propiedad Industrial. Pag. 14



y su registro; las marcas modernas, mas que una responsabilidad, son parte del patrimonio del productor con la cuales distinguen sus actividades de otros comerciantes o industriales dando surgimiento así, a lo que hoy conocemos como “NOMBRE COMERCIAL”.



2.1. 2 ANTECEDENTE LEGAL

2.1.2.1 EUROPA

El fundamento de la protección de las invenciones y otras obras intelectuales en Europa han tenido una gran evolución desde sus orígenes; concebido en una primera etapa como mecanismo para estimular o recompensar la inteligencia individual. El sistema de los signos especiales a debido adaptarse con el tiempo a los cambios en las modalidades de generación tecnológica y de protección del comercio mundial.

El Sistema Europeo de protección a la Propiedad Intelectual, tal y como existe en la actualidad su origen fue a finales del siglo XIX. A diferencia de otros Convenios Internacionales que periódicamente se adaptan o revisan en su totalidad, las Convenciones entrelazadas que constituyen el Sistema Internacional de Propiedad Intelectual ofrecen un Marco Legal de tipo permanente, el sistema es complejo y esta estructurado en diferentes concesiones y acuerdos suscritos por diversos grupos de países, especialmente Europeos.

“Para el año de 1883 once Estados firmaron el CONVENIO DE PARIS PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, que en la actualidad se conoce como “UNION DE PARIS” que entro en vigencia en 1884”¹¹.

¹¹ Portillo barrera, Juan Antonio. Op.cit. pag. 21



El arreglo de Madrid en 1891 relativo al Registro Internacional de Marcas, tenía por objeto establecer el registro internacional de las mismas por mediación de la Oficina Internacional, de modo que una marca como parte de los Distintivos Comerciales quedara protegida en todos los países contratantes por una sola petición hecha en el país de origen de la marca o distintivo comercial. “Este arreglo fue revisado en Bruselas en 1900, Haya 1925, Londres 1934, Niza 1957 y Estocolmo en 1967. Mediante este fue establecida la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), dicho convenio entro en vigencia el 26 de abril de 1970”¹². La finalidad de éste organismo era fomentar la protección de la Propiedad Intelectual e Industrial en todo el mundo y la cooperación internacional para estimular el desarrollo, posteriormente la Organización de las Naciones Unidas a reconocido a éste organismo como el organismo especializado y encargado de tomar medidas para incentivar la actividad creadora y facilitar la transmisión de tecnología relativa a propiedad industrial de los países desarrollados a los en vías de desarrollo. Fue con esta institución que se logro unir las dos ramas que comprende la Propiedad Intelectual: la Propiedad Industrial y la Propiedad Literaria, que eran consideradas distintas por lo que se encontraban separadas.

La propiedad industrial es de las pocas ramas que tiene regulación internacional que además de antigua es completa pero muy dispersa, la historia de esta regulación

¹² Romani, José Luis. Propiedad Industrial y Derechos de Autor. Regulación Internacional. Pag. 22



Europea a lo largo de mas de cien años, es un avance constante hacía la armonización, simplificación y unificación total de las Legislaciones Europeas y del mundo.

2.1.2.2 AMERICA

Este continente no se ha mantenido al margen de las discusiones sobre uniformar el estatus legal de la Propiedad Industrial en sus distintas dimensiones como son los Distintivos Comerciales.

“En México en 1902, se suscribió el Tratado sobre Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales y Marcas de Comercio y Fábrica, siendo ratificado por Costa Rica, Argentina, Bolivia, Colombia, Chile, Republica Dominicana, Estados Unidos, Ecuador, Haití, México, Paraguay, Perú, Uruguay y los países Centro Americanos.”¹³

En él se acordó que los ciudadanos de cada uno de los países signatarios gozarían en los otros de las mismas ventajas acordadas a los nacionales, en cuanto a las Marcas de Comercio o de Fabrica, a los Modelos y Dibujos Industriales y a las Patentes de Invención, y en consecuencia, tendrán derecho a igual protección y a idénticos recursos contra el ataque a sus derechos.

“El 23 de agosto en Río de Janeiro, se suscribió junto con la mayoría de países de América, incluyendo a Estados Unidos y México, una Convención sobre Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales, Marcas de Fabrica y Comercio, y Propiedad

¹³ SIECA. Antecedentes y Situación Actual de las Oficinas de Propiedad Industrial en los Países Centro Americanos. Pag. 125.



Literaria y Artística”¹⁴. En esta Convención, las naciones signatarias acordaron mediante sus dos oficinas de Unión Internacional Americana para la Protección de la Propiedad Industrial e Intelectual, que funcionaría una en la Habana y la otra en Río de Janeiro, cuyo objeto sería centralizar el registro de obras literarias y artísticas así como también patentes y distintivos comerciales, etc., que se registrarán en cada una de las naciones signatarias de acuerdo con los tratados respectivos.

“En Buenos Aires, Argentina en 1910 se celebró la Convención sobre Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales, así mismo el Convenio sobre Marcas de Fabricas y Comercio”¹⁵.

“Santiago de Chile en 1923, se celebró la Convención para la Protección de Marcas de Fábrica, Comercio y Agricultura y Nombres Comerciales”¹⁶.

“Washington en 1929, se celebró la Convención General Interamericana de Protección Marcaria y Comercial”¹⁷.

¹⁴ Ibíd. Pag. 26.

¹⁵ OEA. Tratados y Convenciones Multilaterales Sobre Propiedad Industrial en América

¹⁶ Ibíd. Pag. 29.

¹⁷ Ibíd. Pag. 41.



2.1.2.3 CENTRO AMERICA

2.1.2.3.1 CONSTITUCIONES FEDERALES

- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA FEDERAL DE C.A. GUATEMALA,
20 DE NOVIEMBRE DE 1824

El art. 2 "...conservación de la propiedad..."

- CONSTITUCIÓN POLITICA DE LOS ESTADOS UNIDOS DE C.A.
MANAGUA 1898

Art.39 No habrá monopolio de ninguna clase, ni prohibiciones a titulo de protección a la industria.

Exceptuase la acuñación de moneda, y los privilegios que por tiempo limitado, se concedan a los inventores o perfeccionadores de alguna industria".

Como puede observarse ésta fue la primera constitución Centro Americana que reconoció el derecho a la propiedad industrial.

- CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA FEDERAL C.A.
TEGUCIGALPA 1921.

Art.41 "No habrá monopolio de ninguna clase. Exceptuándose los privilegios y concesiones que se otorguen, por tiempo limitado para fomentar la introducción o



perfeccionamiento de industrias, la colonización, el establecimiento de instituciones de crédito y la apertura de vías de comunicación.”

2.1.2.3.2 LEYES, TRATADOS Y CONVENCIONES

“En la región Centro Americana, el primer país en contar con una legislación sobre Propiedad Industrial fue Guatemala en el año de 1771 y el ultimo en legislar, Honduras, cuya primera ley fue emitida en 1902”¹⁸. Inicialmente cada uno de los países de Istmo contaron con una Legislación Rudimentaria que regulaba los distintos derechos que comprende la Propiedad Industrial. En Costa Rica la primera legislación se dio en 1886; una década antes Guatemala había obtenido su primera legislación sobre Propiedad Industrial; Nicaragua la obtuvo en 1889, siendo los dos últimos países en regular dicha materia, El Salvador y Honduras que emiten su primer ordenamiento legal a principios del siglo XX , El Salvador en 1901 y Honduras en 1902.

Así mismo, el conjunto de los Países Centroamericanos participaron en 1902 en el Tratado Sobre Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales, y Marcas de Comercio y de Fabrica celebrado en México; en 1906 en la Convención sobre Patentes de Invención, Dibujos y Modelos Industriales, Marcas de Fabrica y Comercio y Propiedad Literaria y Artística, celebrado en Río de Janeiro, asimismo se participó en la

¹⁸ Portillo Barrera, Juan Antonio. Op.cit. Pag. 24.



Convención sobre ésta materia en Buenos Aires en 1910 , la Convención de 1923 celebrado en Santiago de Chile, en la Convención general Interamericana de Protección Marcaria y Comercial celebrada en 1929 en Washington y otras tantas mas que en el devenir del tiempo y la dinámica económica les han venido imponiendo.

El Istmo Centroamericano para 1968, en un intento por hacer uniforme las legislaciones sobre propiedad industrial y distintivos comerciales, se suscribió por parte de Costa Rica, Guatemala, Honduras, Nicaragua y El Salvador, el “CONVENIO CENTRO AMERICANO PARA LA PROTECCION DE PROPIEDAD INDUSTRIAL” entrando en vigencia el 27 de mayo de 1975,¹⁹ Según lo dispuesto por el Art. 237, inciso 3 del convenio”.

2.1.2.4 EL SALVADOR

2.1.2.4.1 EVOLUCION CONSTITUCIONAL

En el Salvador la Propiedad Intelectual: Industrial y Literaria no siempre ha sido regulado de forma expresa; lo relativo a Distintivos Comerciales es entendido dentro de los derechos consagrados en la Propiedad Industrial.

- CONSTITUCION DEL ESTADO DEL 12 DE JUNIO DE 1826. En el Capitulo 2 Art. 9 solo reconoció el derecho de propiedad sin distinción. Expresa “ Si la

¹⁹ Gómez, Miguel Ángel. La Cuenca del Caribe un Modelo de Desarrollo por Armar.



Republica y el Estado protegen con Leyes sabias y justas la libertad, la propiedad, y la igualdad de todos los salvadoreños, estos deben”: el numeral uno entre otros. 1- “Vivir sujetos a la constitución”.

- CONSTITUCION DEL 24 DE JULIO DE 1841²⁰. En el titulo 16 DECLARACION DE LOS DERECHOS, DEBERES Y GARANTIAS DEL PUEBLO Y DE LOS SALVADOREÑOS EN PARTICULAR. En el art. 68 incluyo por primera vez de forma expresa los derechos sobre la propiedad como son: El de adquirir, poseer y disponer de nuestros bienes. El Art. 92 al expresar “la propiedad de cualquier calidad que sea, no podrá ser ocupada” no distinguió la propiedad material y la inmaterial (Propiedad Intelectual)
- CONSTITUCION DE LA REPUBLICA SALVADOREÑA DEL 19 DE MARZO DE 1864²¹. En el Titulo 19 “Derechos y Deberes Garantizados por la Constitución” en el Art. 77 y Art. 17 garantiza la propiedad privada sin distinción.
- CONSTITUCION POLITICA DE EL SALVADOR DEL 6 DE OCTUBRE DE 1871²². En el titulo XIX “Derechos y Deberes Garantizados por la constitución “. En el Art. 122 Cn. Consagra el respeto a la propiedad y agrega un segundo inciso “Toda propiedad es transmisible en la forma que establezcan las leyes, quedando en consecuencia prohibida toda especie de vinculación”.

²⁰ Gallardo Ricardo, Las Constituciones de El Salvador, Madrid 1961 Pag. 39

²¹ Ibid. Pag. 64

²² Ibid. Pag. 96



- CONSTITUCION DEL 9 DE NOVIEMBRE DE 1872²³. En el titulo III, Sección Única “Derechos, Deberes y Garantías de los Salvadoreños” en el Art. 40 consagra la Propiedad Privada y en el art. 43 agrega por primera vez “Toda industria es libre en la Republica...”
- CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR DEL 16 DE FEBRERO DE 1880²⁴. En el titulo III. Art. 36 consagra el derecho de propiedad privada y en el Art. 39 “Toda industria es libre...”.
- CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR DEL 4 DE DUCIEMBRE DE 1883²⁵. Titulo tercero “Garantías Individuales”. El Art. 29 expresa “ La propiedad es Inviolable” y agrega “Bien sea material, intelectual, literaria y artística...” Aquí el constituyente de ese año establece por primera vez una clara diferencia entre la propiedad material y la inmaterial, dejando instituida la protección de la propiedad intelectual a partir de ese momento, particularmente puede decirse que fue en esta década que se termino de plasmar la Tutela Constitucional de la inviolabilidad de los derechos relacionados con la propiedad intelectual y en el Art. 31Cn. establece que la Industria es libre.
- CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR DEL 17 DE AGOSTO DE 1886²⁶. Titulo II “Derechos y Garantías”. En el Art. 5

²³ Ibid. Pag. 110

²⁴ Ibid. Pag 143

²⁵ Ibid. Pag. 173

²⁶ Ibid. Pag. 203



dice que: "Toda propiedad es transmisible en la forma que determinen las leyes" y el Art. 31 "Que la Industria es libre". Lo paradójico de esta constitución es que no reconoció en ninguna de sus disposiciones la propiedad intelectual.

- CONSTITUCION POLITICA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR DEL 20 DE ENERO DE 1939²⁷. Título V "Derechos y Garantías" CAP. I. Art. 50 establece "La propiedad es un derecho inviolable" y el Art. 55 estableció "El ejercicio de la industria y el comercio es libre", agrega "...así como deberá fomentar el ejercicio de los salvadoreños". En el inciso segundo "no habrá monopolio de ninguna clase, ni prohibición a titulo de protección de la industria, pero la ley podrá conceder privilegios por tiempo limitado a los inventores o a los perfeccionadores de inventos y a los países que establezcan algunas industrias nuevas en el país".

Los privilegios a que se refiere la parte final, del inciso anterior no podrán concederse por más de diez años, ni tendrán carácter prohibitivo para las industrias análogas o similares.

- El 24 de febrero de 1944²⁸ más que una nueva Constitución lo que existió fue una reforma a la constitución vigente de 1939. El Art. 55 de la constitución anterior fue removido y estableció como Art. 54 "El ejercicio del comercio y la

²⁷ Ibid. Pag. 100

²⁸ Ibid. Pag. 201



industria el libre” y agrega “...a favor de los salvadoreños por nacimiento y de los centroamericanos por nacimiento”.

- CONSTITUCION DE 1945²⁹ “Que solo fue una enmienda introducida por la Honorable Asamblea Nacional Constituyente a la constitución de 1886. Por Decreto 251 de fecha 29 de noviembre de 1945, donde al igual que en 1886 no se reconoce la Propiedad Intelectual.
- CONSTITUCION POLITICA DEL 7 DE SEPTIEMBRE DE 1950³⁰. TITULO IX “Régimen Económico” Art. 137 Inc. 2°. “Se reconoce así mismo la Propiedad Intelectual y Artística, por el tiempo y en la forma determinadas por la ley”.

Art. 142 expresa “ No podrá crearse ni autorizarse ningún monopolio a favor de particulares, la ley podrá otorgar privilegios por tiempo limitado a los inventores o perfeccionadores de industrias..”. En el proyecto de Constitución presentado por la Honorable Asamblea Constituyente, se había considerado por privilegios, también a los introductores de industria, pero al publicarla desapareció esa figura, y con ello la patente de introducción a favor de los nacionales, dando así mayor seguridad al monopolio industrial o comercial que actúa desde fuera del territorio nacional y que nada tienen que ver con los salvadoreños.

CONSTITUCION POLITICA DE EL SALVADOR DEL 8 DE ENERO DE 1962³¹. TITULO IX “Régimen Económico” en los Art. 137, 142 y 146 retoma lo dispuesto en la constitución de 1950 en lo relativo a la Propiedad Intelectual.

²⁹ Ibid. Pag. 210

³⁰ Ibid. Pags. 390 - 391



2.1.2.4.2 LEYES, TRATADOS Y CONVENIOS.

Bajo este devenir constitucional en la legislación secundaria en 1901 se decreta la primera ley sobre esta materia mediante la presidencia de Tomas Regalado, luego en 1910 la ley anterior fue sustituida por la Ley de Marca de Fábrica.

En 1913 se decreta la Ley de Patentes de Invención en El Salvador, la cual constaba de 71 artículos que desarrollaban los privilegios enunciados en la Constitución vigente.

La ley establecía la necesidad de obtener una patente de invención o perfeccionamiento para adquirir el derecho a la explotación exclusiva de la industria y el comercio mediante los distintivos comerciales.

Luego en 1921 se promulga la Ley de Marcas de Fábrica plasmaba los privilegios para los titulares de productos que deseaban explotar las mercancías fabricadas por ellos, constituyendo estas, las primeras leyes referentes a la propiedad industrial de nuestro país.

El salvador para 1903 celebro un Tratado Bilateral con Francia sobre Propiedad Industrial, por medio del cual se establecía que los ciudadanos de cada uno de los países contratantes tendrían en el territorio del otro, los mismos derechos que los nacionales, en lo concerniente a patentes de invención, distintivos comerciales y otros.

³¹ Ibid. Pag. 451



El 8 de mayo de 1970 la Asamblea Legislativa aprueba los artículos del Código de Comercio, referente al Nombre Comercial, Patentes de Invención y de Perfeccionamiento, Distintivos Comerciales de toda clase y a Licencias de Explotación y usos de unas y otras. Artículos 575 al 585 del Código de Comercio, Derogados el 13 de Junio del año 2002. con la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.

A mediados de la década de los 80,s con la presidencia de José Napoleón Duarte, el Convenio Centroamericano de Protección de la Propiedad Industrial, a iniciativa de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, fue sometido ante la Asamblea Legislativa y su posterior ratificación, constituyéndose como Ley de la Republica.

2.1.2.4.3 EVOLUCIÓN EN LA LEGISLACIÓN PENAL SALVADOREÑA

Es difícil para el equipo investigador determinar si hubo o no regulación penal de los distintivos comerciales en los códigos penales de 1826, 1859 y 1881. lo que si puede afirmarse es que en el Código Penal, publicado en el diario oficial con fecha 10 de Mayo de 1904. Si hubo regulación sobre la materia. Existió un capítulo referido a las Falsedades, y entre él el Capítulo I. especificaba la Falsificación de Sellos, Marcas y Firmas; y en la Sección Tercera. Regulando la falsificación de Marcas y Sellos de Particulares. Así en el artículo 209 del código de 1904³² expresa: “La Falsificación de

³² Decreto Legislativo de 23 de Abril de 1904. D.O. del 10 de mayo de 1904



Sellos, Marcas, Billetes o Contraseñas que usen los establecimientos industriales o de comercio, o los particulares, será castigado con las penas de un año de prisión mayor y multa de trescientos colones.”

Esta disposición prohíbe como puede observarse entre otros la falsificación de marcas y contraseñas que usen los establecimientos Industriales y Comerciales.

Así mismo el Art. 210 regulaba. “Será castigado con las Penas de seis meses de prisión menor y multa de veinticinco colones, el que expendiera objetos de comercio, sustituyendo en ellos la marca o nombre del fabricante verdadero, por la marca o nombre de otros fabricantes”.

El artículo se refiere a la expedición de objetos de comercio por parte de una persona, sustituyéndose la marca o nombre original o del fabricante por otra marca o nombre que no es la del legítimo propietario o fabricante.

Art. 211. “Incurrirá también en la pena que indica el artículo anterior el que hiciere desaparecer de cualquier sello, billete o contraseña la marca, o signo que indique haber servido o se ha utilizado para el objeto de su expedición.

El que usare a sabiendas de esta clase de sello o contraseña, incurrirá en la multa de treinta colones”.

En este artículo se advierte además que ninguna persona podrá bajo ningún pretexto desaparecer cualquier contraseña entre otros, la marca o signo que indique haber ya servido o ser utilizado para el objeto de su expedición.



Art. 212. “ La falsificación de marcas, fierros o señas con que los particulares tengan herrados, marcados o señalados sus ganados de cualquier especie y la destrucción o desfiguración de dichos fierros, marcas o señales, será castigada con un año de prisión mayor “.

Prohíbe además la falsificación de marcas fierros o señas impuestas al ganado, (Signo Distintivo Agropecuario).

En este Código Penal de 1904 luego de regular lo concerniente a las falsificaciones en sus diversas modalidades y sobre distintos objetos y sujetos, expone un apartado de disposiciones comunes a todos los artículos anteriores, expresando en el Art. 245 “ El que fabricare o introdujere señas, sellos, marcas o cualquier otra clase de útiles o de instrumentos destinados conocidamente a la falsificación de que se trate en los capítulos procedentes, será castigado con las dos terceras partes de las penas señaladas a los falsificadores en los respectivos casos”.

Lo que se prohíbe es la fabricación o introducción que podía hacerse entre otros de las marcas o cualquier otra clase de útiles o instrumentos destinados a falsificar marcas o distintivos comerciales.

Art. 246 que expresaba “ El que tuviere en su poder cualquiera de los útiles o instrumentos expresados en el artículo anterior y no diere descargo suficiente sobre su adquisición y conservación, será castigado con la tercera parte de las penas señaladas a la falsificación para que fueran propios”.



En este artículo prohibía el solo hecho de tener esos útiles o instrumentos de manera fraudulenta que pudieran permitir la falsificación de una marca o Distintivo Comercial entre otros. Aquí el legislador ya no penaliza la fabricación o introducción como en el artículo anterior, si no la simple posesión ilegítima de esos útiles o instrumentos.

En el quinto Código Penal acordado por Decreto Legislativo Numero 270 y Publicado en el DO. Numero 64 Tomo 238 de 30 – 03- 1973 V16. 15 – 06 – 73.³³ En lo relativo a la Propiedad Industrial, específicamente los Distintivos Comerciales, fueron reconocidos de forma expresa y clara así el Art. 361 Titulado USO INDEBIDO DE NOMBRE COMERCIAL expresaba: “ El que usare indebidamente un nombre comercial ajeno registrado, será sancionado con prisión de seis meses a un año”.

Este artículo solo prohíbe el uso de un distintivo como es el nombre comercial sin la debida autorización del titular, pero en el Art. 362 Titulado FALSIFICACION O ALTERACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES O INDUSTRIALES expresa “El que falsificare o alterare los nombres o signos distintivos comerciales registrados, será sancionado con prisión de uno a tres años.

El que con conocimiento de la falsificación o alteración y sin haber formado parte en ellas hiciere uso de los Nombres, Marcas o Signos falsos, será sancionado con prisión de seis meses a dos años”.

³³ Decreto Legislativo Numero 270 y Publicado en el DO. Numero 64 Tomo 238 de 30 de marzo de 1973



El primer inciso se refería a la conducta de falsificación o alteración de distintivos comerciales debidamente registrados y el segundo al uso de esos distintivos a sabiendas que están alterados o falseados.



2.3 BASE TEORICA

2.3.1 ASPECTOS DOCTRINALES DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

2.3.1.1 CONCEPTO

La mayoría de la personas desconocen la importancia de la Propiedad Industrial y el rol que desempeña en una empresa, ya que sus elementos o modalidades forman parte de las llamadas Cosas Mercantiles, mencionadas en el art. 5 del Código de Comercio³⁴.

Una empresa está conformada por elementos materiales e inmateriales tales como los bienes muebles e inmuebles, el aporte laboral de los trabajadores, los signos distintivos en el comercio y la industria etc. El tratadista Guillermo Cabanellas menciona entre otros elementos de la empresa.....las marcas.³⁵ Así la propiedad industrial comprende la invención de un nuevo aparato o procedimiento, el desarrollo de un producto, una nueva maquina, la marca bajo la cual ofrece una empresa sus productos y servicios, el logotipo y lemas publicitarios, etc.

A nivel doctrinario existen diversidad de conceptos de Propiedad Industrial a continuación se presentan algunos de ellos:

³⁴ Art. 5 CC. Son cosas mercantiles: Las empresas de carácter lucrativo, Los distintivos mercantiles y las patentes, Los títulos valores.

³⁵ Guillermo Cabanellas y Alcalá- Zamora, Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, tomo III, Buenos Aires, Editorial Heliasta S.R.L, 15ª. Edición, Pág. 427.



Para Jiménez Asenjo, la propiedad industrial es “el derecho que según la ley, el inventor o descubridor con la creación o descubrimiento de cualquier invento relacionado con la industria y el productor, fabricante o comerciante con los que aspira a distinguir de los similares, los resultados de su trabajo”³⁶

Para Alcubilla – citado por Guillermo Cabanellas en su obra Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, la Propiedad Industrial “constituye el derecho atribuido a determinadas personas para explotar exclusivamente, durante cierto número de años las actividades fabriles objeto de él, y también la facultad de usar privativamente las marcas, señales o títulos que designan la procedencia de los artículos fabricados y comerciales”³⁷.

La Propiedad Industrial “es el Derecho Real que bajo diversas modalidades, reconoce la ley al autor de un invento o descubrimiento que pueda tener una aplicación industrial, así como el derecho que se concede al autor de signos especiales para distinguir los productos de un trabajo de otros similares”³⁸.

La Propiedad Industrial “es aquella que comprende patentes, modelos de utilidad, dibujos industriales, marcas, nombre comercial, indicaciones de procedencia o denominaciones de origen, así como la represión de competencia desleal”.³⁹

³⁶ Trejo, Serrano, Fuentes y Rodríguez, Manual de Derecho Penal Parte Especial I, tomo II, San Salvador, Proyecto de Reforma Judicial, 1993, Pág. 996.

³⁷ Cabanellas y Alcalá Zamora, Op Cit. Tomo VI Pág. 473.

³⁸ Durán Ribó L. Et. Al. Diccionario de Derecho Empresarial. Bosch, Casa Editorial, S.A. 1ª. Edición. 1998 Pág. 709.

³⁹ Massaguer José, Comentarios a la Ley de Competencia Desleal, Ediciones Civitas, S.L España, 1999. Pág. 81.



Para el grupo investigador la Propiedad Industrial es definida como aquel conjunto de derechos que se le conceden a una persona autor de signos especiales para poder distinguir sus productos de otros similares.

2.2.1.2 NATURALEZA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Identificar la naturaleza jurídica de la propiedad industrial no es tarea fácil, ya que ha sido objeto de múltiples discusiones. Entre las tesis más desarrolladas sobre ello se mencionan:

- La primera sostiene que la propiedad industrial es una especialización de la figura civil “Propiedad”, teniendo su titular el uso, los frutos y el abuso de la invención tal como lo hace cualquier titular de una cosa material.
- La segunda establece que la propiedad industrial es un nuevo derecho denominado “Propiedad Intelectual”.

Entre los que defienden la primera tesis que la propiedad industrial debe entenderse como propiedad en sentido absoluto se encuentra el tratadista francés M. G. Masse. Explicaba que así como cualquier persona producía con sus manos un objeto material, así podía con la inteligencia producir una idea y ser propietario de ella y de sus resultados.



Esto justificaba el derecho de los autores e inventores a la propiedad de sus obras, ejercido tal como si fuese un derecho sobre un objeto material, de manera absoluta. Esta concepción se basaba en que el autor o inventor realizaba un contrato con la sociedad, en tanto revelaba algo que podía perfectamente guardar secreto y lo difundía para el beneficio de la comunidad, entonces la sociedad aceptaba la exclusividad del autor en cuanto a los beneficios patrimoniales que le produciría su invención ya que de lo contrario, su esfuerzo no sería premiado de manera alguna. El autor establecía la característica de la temporalidad a la propiedad industrial, a excepción de los Distintivos Comerciales que necesariamente debían ser “una propiedad perpetua”⁴⁰.

El Belga Edmond Picard planteó en 1877, la tesis de los derechos intelectuales, sosteniendo que tanto los derechos de autor como los del inventor eran derechos de naturaleza distinta a los derechos reales y personales ya que los primeros tenían como objeto las manifestaciones de la inteligencia del hombre, cuyas utilidades representaban un valor patrimonial, mientras que los derechos reales tienen por objeto las cosas del mundo material y los derechos personales se caracterizan por las acciones positivas o negativas de otras personas.⁴¹

También la española María José Segura García se adhiere a esta posición al incluir a la propiedad industrial dentro de la categoría de los llamados derechos intelectuales.⁴²

Estos abarcan tanto los derechos subjetivos que los ordenamientos jurídicos modernos

⁴⁰ Zavala Larraguibel Santiago, Tratado sobre la propiedad industrial, 1ª. Edición, Editorial Jurídica Cono Sur, Santiago de Chile, 1995 Págs. 12 y 13

⁴¹ Ibid. Pág. 16

⁴² Segura García María José, Derecho Penal y Propiedad Industrial, Editorial Civitas, 1ª. Edición, Madrid, 1995 Pág. 145.



atribuyen a los autores de creaciones espirituales así como los atribuidos a los industriales y comerciantes que utilizan signos determinados para designar los resultados de su actuación y preservar frente a los competidores los valores espirituales y económicos incorporados a su empresa.

Como solución a estas dos tesis surge una Teoría Ecléctica con el tratadista contemporáneo de origen Suizo Joseph Voyame⁴³, sostiene que se trata de un derecho de propiedad, pero distinto al ejercido sobre una cosa corporal: Hay derechos que en principio pueden ser considerados absolutos o ilimitados, pero que tienen por objeto las cosas corporales. Ellos recaen por ejemplo, sobre las invenciones, las marcas de fábrica o de comercio, las obras literarias y artísticas. Estos derechos son absolutos en principio por que lo mismo que los derechos de propiedad son oponibles a toda persona y son ilimitados por que engloban el conjunto de prerrogativas de las cuales una invención, una marca, una obra literaria o artística puede ser objeto, siendo así se puede hablar de propiedad. Y como recae sobre bienes inmateriales se identifica con la propiedad intelectual. Por tanto se habla de una postura intermedia.

En cuanto a la ubicación de ésta área dentro de las ramas del derecho, la estrecha relación existente con el Derecho Mercantil, el cual se encarga de regular todo lo relacionado con las empresas y negociaciones comerciales, puede dar lugar a que se considere esta como el genero y la propiedad industrial como la especie. Definitivamente el origen de la propiedad industrial deriva de una especialización en

⁴³ Zavala Larraguibel, Op. Cit. Pág. 17



cuanto al estudio particular de la institución jurídica de la “propiedad”, aplicada a los elementos de una empresa, en concreto de los elementos intangibles tales como los distintivos comerciales y las invenciones, y es esta especialización la que empieza a otorgarle autonomía necesaria para que estructure un ordenamiento jurídico propio, así podemos hablar de Normas Sustantivas y Adjetivas de Propiedad Industrial, Normas Penales, Normas Regístrales y Administrativas, con ello se puede afirmar la independencia de la propiedad industrial independientemente de la propiedad que le dio origen y se ha convertido en una materia de vital importancia para la comunidad jurídica nacional e internacional.

2.2.2 MODALIDADES DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

2.2.2.3.1 INVENCIONES

Son las que se otorgan al titular la facultad exclusiva de fabricar, producir, vender o utilizar lo que es objeto de patente, podemos mencionar las siguientes:

2.2.2.3.1.1 PATENTE DE INVENCION

La sociedad cada día requiere de nuevos productos que satisfagan todas las necesidades, existentes o nuevas. Estas necesidades impulsan a que, personas ya sean Naturales o Jurídicas, Universidades, Centros de Investigación, de Naturaleza Pública o Estatal Y Privada, se dediquen a la investigación de las mismas y así lograr soluciones que ayude al resto de la sociedad a superarlas o al menos a dominarlas.



La patente de invención hace referencia al certificado que otorga el estado por el cual se reconoce el derecho de emplear y utilizar exclusivamente una invención en la industria y dar al comercio o poner en venta los objetos fabricados procedentes de esta invención, por un tiempo determinado y con sometimiento a las condiciones señaladas, y la invención es el objeto tutelado por la ley.

José Luis Romani asegura acertadamente que la "patente de invención es siempre registral, es un registro, una modalidad registral de Propiedad Industrial".⁴⁴

Las características principales son: **la novedad de la invención**; es fundamental lo cual significa que debe ser diferente a otro existente; la **respectiva aplicación industrial**, es decir debe causar un resultado industrial. Es necesario analizar el objeto creado desde el punto de vista de su funcionabilidad, saber que efecto produce: si es estético, puede ser que la invención sea en el campo literario o artístico, pero si la creación es funcional y utilizable, se solucionan problemas técnicos⁴⁵. Un último requisito lo constituye **la actividad inventiva**, la cual implica que exista cierto mérito inventivo en el área tecnológica.

2.2.2.3.1.2 MODELO DE UTILIDAD

Es importante que un país utilice los avances tecnológicos en pro de su desarrollo económico y social, ya sea que los importe o que los desarrolle el mismo.

⁴⁴ Román José Luis, Derecho industrial, patentes y Marcas, Cursos Centro de Estudios Judiciales. La Patente como objeto de Derecho de Propiedad Industrial, acciones por violación del derecho de patentes. Madrid, 1991, Pág. 139.

⁴⁵ Ejemplo la invención de la calculadora soluciona problemas aritméticos.



Surgen en Alemania a finales del siglo pasado, y consisten en “una nueva forma de un objeto de uso práctico que mejora funcionalmente a la patente”⁴⁶, es decir como una institución que tutela inventos consistentes en nuevas formas de objetos que los mejoran funcionalmente en relación al uso anterior.

Los modelos de utilidad son toda forma, configuración o disposición de elementos de algún artefacto, herramienta, instrumento, mecanismo u otro objeto, o de alguna parte del mismo que permita un mejor o diferente funcionamiento, utilización o fabricación del objeto que lo incorpora, o que le proporcione alguna ventaja o efecto técnico que antes no tenía. Serán registrables los modelos de utilidad que sean nuevos y susceptibles de aplicación industrial.

El modelo de utilidad requiere de tres elementos para ser considerado como tal: forma, objeto de uso práctico y mejora funcional.⁴⁷

2.2.2.3.1.3 DISEÑO INDUSTRIAL

Es cualquier forma bidimensional o tridimensional que, incorporado en un producto utilitario, le da una apariencia especial, y que es apto para servir de tipo o modelo para su fabricación.

⁴⁶ Poli Iván Alfredo, El Modelo de Utilidad, Editorial Desalma. 1ª. Edición, Buenos Aires, 1982. Pág. 4

⁴⁷ Ejemplo: El peine que tiene la mitad de sus dientes de un tamaño o grosor específico y la restante mitad de otro, existe una nueva forma, que es fácilmente apreciable y la mejora funcional consistió en que sirvió para dos tipos de peinados.



El diseño industrial protege una creación de forma y es el propio acto de creación el que justifica su protección, aquí no hay un proceso técnico sino solo estético.

Dentro de los requisitos para la calificación de una forma como Modelo o Diseño Industria están: 1) La novedad, 2) El elemento diferenciador de otros distintivos es el de la aplicabilidad industrial que precisa que la forma sea reproducida o aplicada en la industria, y 3) Su modelabilidad que implica que la forma sea apta para la obtención de múltiples ejemplares del mismo.

2.2.2.3.1.4 SECRETO COMERCIAL O INDUSTRIAL

Cuando una persona, a través de su ingenio, inventa un nuevo producto o procedimiento, puede decidir entre guardarse el secreto para el mismo y sus allegados o bien compartirlo con la sociedad y ponerlo al servicio de ella, con su consecuente concesión exclusiva garantizada por el Estado para explotar dicha creación por un periodo determinado.

Se considera Secreto Industrial o Comercial: Toda información de aplicación industrial o comercial, incluyendo la ganadería, la pesca, y las industrial de extracción, transformación y construcción, así como toda clase de servicios, que guarde una persona con carácter confidencial, que le signifique obtener o mantener una ventaja competitiva



o económica frente a terceros, en la realización de actividades económicas y respecto de la cual haya adoptado los medios o sistemas razonables para preservar su confidencialidad y el acceso restringido a la misma.

La información de un secreto industrial o comercial necesariamente deberá estar referida a la naturaleza, características o finalidades de los productos, a los métodos o comercialización de productos o prestación de servicios.

Esta modalidad es curiosa ya que en lugar de registrarse lo que se hace es guardarse del conocimiento público. Esta posición lo coloca en una situación similar a la del titular de una patente, tal como lo afirma Gómez Segade.⁴⁸ Necesita cumplir con dos características mínimas a fin de merecer la protección jurídica otorgada por el ordenamiento jurídico: a) El valor competitivo del secreto, b) El carácter reservado de la información.

2.2.2.3.2 DISTINTIVOS COMERCIALES

2.2.2.3.2.1 CONCEPTO

Los Distintivos Comerciales son elementos que colaboran con un empresario a crear la imagen de su empresa, lo cual le permitirá actuar en el mercado con las mismas

⁴⁸ Fernández Novoa Carlos. El Enriquecimiento Injustificado en el Derecho Industrial. Editorial Marcial Pons, 1ª. Edición Madrid, 1997, Pág. 99



posibilidades de éxito que los demás, formando a su alrededor, una clientela propia y fiel.

Los Distintivos Comerciales” es una denominación genérica del grupo de derechos de la propiedad industrial que facilitan la identificación de un producto o distinguen una empresa o establecimiento”⁴⁹. Se incluyen dentro de este grupo: La Marca, Nombre Comercial, Expresión o Señal De Publicidad Comercial, Indicaciones de Procedencia, Denominaciones de Origen, Emblemas.

2.2.2.3.2.2 PRINCIPIOS

Existen tres principios fundamentales que rigen los signos distintivos esos son:

- a) Originalidad
- b) Novedad
- c) Especialidad

Un signo distintivo solo puede ser registrable si posee Capacidad Distintiva: éste término comprende dos componentes: a) La Capacidad Identificatoria Intrínseca del Signo, que se refiere a la aptitud identificatoria del signo considerado en si mismo, abstracción hecha de otro (principio de originalidad) y b) La Capacidad Indentificadora Extrínseca del Signo, entendida como la idoneidad de un signo para ser registrado por

⁴⁹ Duran Ribó L. et al. Op. Cit. Pág. 807



su carácter respecto de otros ya existentes (principio de novedad). Así mismo se requiere que los signos distintivos solo confieran derechos en relación con los bienes o servicios designados en la solicitud del registro de la marca (principio de especialidad).

2.2.2.3.2.3 CLASES DE SIGNOS DISTINTIVOS

2.2.2.3.2.3.1 LA MARCA

El elemento mas representativo de estos distintivos es la Marca, su función principal y esencial es distinguir lo producido o generado por una persona que goza de determinada fama comercial y que motiva a los consumidores a escoger dicho productos o servicios.

Breuer Moreno, citado por Bertone y Cabanellas, la define como: “El signo característico con que el industrial, comerciante o agricultor distingue los productos de su industria, comercio o explotación agrícola”⁵⁰.

La marca es un signo distintivo, manifestado de forma material, destinado a diferenciar en el mercado productos o servicios de la industria, del comercio y del trabajo con el propósito de que los productos o servicios sobre los que recae gocen de la ventaja de no confundirse con otros similares.

⁵⁰ Bertone Luis Eduardo y Cabanellas de las Cuevas Guillermo, Derecho de Marcas, Editorial Heliasta, S.R.L., Tomo I, Buenos Aires, 1989, Pág. 14.



La marca como todo signo, palabra o combinación de palabras o cualquier otro medio gráfico o material, que por sus caracteres especiales es susceptible de distinguir claramente los productos, mercancía o servicios de una persona natural o jurídica de los productos, mercancías o servicios de la misma especie o clase, pero de diferente titular, puede consistir en una palabra, expresión o frase de fantasía, cifra, franja, combinación de colores o bien en una combinación de cualquiera de estos signos siempre y cuando implique un carácter novedoso. Por ello es que la marca tiene una enorme importancia para la sociedad debido a que sin ella, el público consumidor sería incapaz de decidir sobre la conveniencia de adquirir determinados productos o servicios sobre la base de criterios cualitativos.

La marca cumple con las funciones de: a) Ser Distintiva, Publicitaria, por que permite al público diferenciar los productos exteriormente similares cuyas cualidades no son inmediatamente distinguibles; b) Competitiva: Que permite al comerciante o industrial identificar a través de la marca cuales son las condiciones ofrecidas en su producto o servicio; c) Identificativa del origen y calidad del producto; d) función protectora tanto del titular de la marca como del público consumidor.

A) CARACTERISTICAS DE LAS MARCAS

- **INDEPENDENCIA:** Se basa que el derecho a la marca existe independientemente del producto o servicio que ampara, simplemente se



presenta la solicitud al registro de un determinado producto, lo cual implica que la calidad o efectividad del producto debe ser de exclusiva responsabilidad del productor.

- **FACULTATIVIDAD:** Esta encaminada directamente hacia el productor, su autorizado comerciante o persona dedicada a prestar un servicio, con relación a la potestatividad que poseen de aplicar o no su marca a productos o servicios de su empresa.
- **COMPLEJIDAD:** Se basa en la propiedad que posee inherente esta de poder estar formada por la reunión de varios signos que puedan no tener ninguna originalidad por si mismos y por el contrario, si tenerla en conjunto.
- **APARENTATIVIDAD:** Debe ser fácilmente reconocible sin necesidad de un examen minucioso.
- **DELIMITABILIDAD:** Se refiere a que se considera como marca y así de su exclusiva propiedad, todo signo distintivo que haya sido debidamente autorizado por el respectivo registro, después de haberse concluido todo los tramites necesarios.

B) REQUISITOS DE VALIDEZ DE LA MARCA

- **DEBEN SER ESPECIALES:** Es decir que debe tener capacidad distintiva, o sea que debe individualizar los productos o servicios para los cuales esta destinada a proteger,



- DEBEN SER NOVEDOSAS: Se puede dar en dos direcciones; la primera en relación a que no haya sido registrada anteriormente para amparar los mismos productos, la segunda que la marca que se pretenda registrar no se le haya generalizado su uso con relación al producto o servicio que esta destinada a proteger.⁵¹
- DEBEN SER ESPECIFICAS: Parte del postulado de que toda marca esta destinada a ser distintivo del producto o servicio que ampara.
- NO DEBEN CAUSAR PERJUICIO MANIFIESTO
- NO DEBEN SER SUSCEPTIBLES DE CONFUSION
- NO DEBEN SER DEL DOMINIO PUBLICO

Entre los Signos Registrables como marca se encuentran las palabras con contenido conceptual⁵², las cuales son aquellas que tienen un significado en nuestro lenguaje, las palabras de fantasía, que son vocablos de creación libre y por ende inexistentes en un diccionario⁵³, además se pueden usar neologismos que son vocablos que no figuran en un diccionario, que son inventadas pero construidas de tal modo que su sentido es mas o menos transparente⁵⁴, los nombres de personas y los apellidos también son registrables⁵⁵, letras y números⁵⁶.

La clasificación más importante que existe sobre las marcas hace referencia a la actividad amparada por el distintivo; así podemos hablar de marcas de fábrica, de

⁵¹ Ejemplo: Kleenex, Gerber etc.

⁵² Ejemplos: CAMINO REAL para servicio de hotelería, LA PRENSA GRAFICA para periódicos

⁵³ Ejemplos: COLGATE para dentífricos, POPS para sorbetes

⁵⁴ SILVERHAWK, TOMMY HILFINGER

⁵⁵ PIERRE CARDIN para ropa, DIEGO CASSEL ropa interior masculina

⁵⁶ IBM para computadora, TDK cintas magnetofónicas.



comercio o de servicio. Las dos primeras conciernen exclusivamente a productos. La marca de fábrica garantiza el origen del producto que lleva, proporcionando la idea clara de quien es el productor de dicha mercancía, mientras que la marca de comercio determina la fama de quien realiza la explotación; y la de servicio sirve para proteger toda índole de actividad especializada brindada por las empresas.

2.2.2.3.2.3.2 EL NOMBRE COMERCIAL

La definición del nombre comercial varía de acuerdo al ámbito en que se analice, debido a la frecuente confusión de esta figura con otras, lo cual ha hecho complicada su determinación.

Breuer Moreno sostiene que nombre comercial es el que sirve para identificar al comerciante como tal, a su negocio, o al conjunto de sus negocios⁵⁷.

Cesar Sepúlveda lo define como el que sirve para identificar a un comerciante, a su negociación, para distinguir la actividad comercial de una persona de la otra⁵⁸.

Es la denominación o cualquier otro signo distintivo que sirve para identificar un empresario, sea individual o social, distinguiendo su actividad empresarial de las actividades idénticas o similares de otros empresarios.⁵⁹

⁵⁷ Moreno Breuer. Tratado de Marcas, 2ª. Edición, Editorial Robis, Buenos Aires, 1946. Pág. 47

⁵⁸ Sepúlveda Cesar. El Sistema Mexicano de Propiedad Industrial, 2ª. Edición, Editorial Porrúa, México D.F. 1981. Pág. 172

⁵⁹ Duran Ribo L. et al. Op. Cit. Pág. 585



Así el nombre comercial puede ser la razón social del comerciante o industrial, sus nombres propios, o cualquier denominación que cumpla con el requisito de originalidad a fin de crear la necesaria distinción del mismo con los demás.

Lo importante del nombre comercial es la función de competencia mercantil que realiza entre el público consumidor, al identificar a la empresa del comerciante o industrial o al establecimiento donde se ubica la empresa, está destinado a distinguir la empresa de las demás de su tipo sea de las que se dedican a la misma clase de actividades.

La propiedad del nombre comercial y el derecho al uso exclusivo del mismo se adquiere por su registro de conformidad a la ley y para la actividad que se dedica la empresa. Toda persona al seleccionar el nombre comercial con el que identificará a su empresa, deberá tener en cuenta que existen palabras, dibujos y expresiones que no pueden constituir un nombre comercial:⁶⁰

- Los que estén constituidos por nombres o patronímicos de personas distintas de los titulares de la empresa.
- Los que sean idénticos o semejantes a los ya inscritos en favor de otras personas.
- Los que sean idénticos o semejantes a una marca ya inscrita en favor de otras personas.

⁶⁰ www.cnr.gob.sv. 01-10-2003



- Los que consistan en palabras o leyendas o que sean contrarios a la moral, el orden público o las buenas costumbres.

El propietario de un nombre comercial tiene derecho a:

- Oponerse a que lo registre otra persona.
- Hacer cesar el uso o imitación indebida de su nombre comercial.
- Obtener el resarcimiento de los daños y perjuicios que se le hubiera ocasionado por el empleo y uso indebido.

Al registrar su nombre comercial, la empresa tiene derecho al uso exclusivo del mismo en la actividad a la que se dedica a la empresa, de tal forma que una misma palabra o expresión puede registrarse para identificar varias empresas que tengan diferente actividad.

2.2.2.3.2.3.3 EXPRESION O SEÑAL DE PUBLICIDAD COMERCIAL

En doctrina se les conoce o identifica como avisos comerciales, lemas, slogan o bien simplemente como aviso publicitario. Esta modalidad tiene estrecha relación con la naturaleza de los derechos de autor, debido al carácter de inventiva que implica la conformación de una expresión o señal de publicidad, a fin de lograr que sus elementos sean sugestivos y capaces de animar al público a adquirir los productos o servicio del establecimiento con el cual se relaciona.



Se busca llamar la atención hacia un establecimiento o una mercadería determinada a través de una frase corta que ponga de relieve las características de aquellos. Una expresión o señal de publicidad puede formarse sin límites en su sintaxis, con leyendas o bien acompañadas de figuras, o simplemente el emblema o diseño que distingue al establecimiento.

El requisito indispensable es que sea original en cuanto a su uso y que sea distinto a los ya existentes.

La expresión o señal de publicidad comercial es toda palabra, leyenda, anuncio, lema, frase, oración, combinación de palabras, diseño, gravado, o cualquier otro medio similar siempre que sea original y característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o usuarios sobre uno o varios productos, servicios, empresas o establecimiento.

2.2.2.3.2.3.4 INDICACIONES DE PROCEDENCIA

Ciertos países son conocidos por ser especialistas en la producción de algunas mercancías. Así los países del Sur Este Asiático son conocidos por la cantidad y excelente calidad de productos tecnológicos que producen, tales como computadoras, calculadoras, electrodomésticos etc.



La forma implícita del producto que proviene de una región o espacio influye en el consumidor al efectuar la adquisición de la mercancía razón por la cual se debe evitar que comerciantes o industriales aprovechen esta fama al atribuirle sobre sus productos, cuando estos no provienen de dichos lugares.

A fin de evitar estas situaciones surge la indicación de procedencia definiéndola como: las expresiones o signos utilizados para indicar que un producto o un servicio procede de un determinado país o grupo de países, de una región o de una localidad⁶¹.

La indicación de procedencia es la propiedad industrial que impide expresar que un producto es de determinado lugar o país, famoso por la calidad o aceptación de los frutos naturales, del trabajo o de la industria.

Esta modalidad recae exclusivamente sobre productos que son los únicos que se pueden etiquetar o de alguna manera plasmar sobre ellos una indicación de procedencia por su materialidad física. La finalidad de estas indicaciones es evitar que los productores de mercancías de cierta calidad se aprovechen de la fama cualitativa de determinados espacios geográficos especialistas en determinados productos, los cuales son de reconocida cualidad por cualquier persona.

⁶¹ Zavala Larraguibel. Op. Cit. Pág. 309



Algunos ejemplos de esta modalidad son, las leyendas "HECHO EN...", "MADE IN..." o bien "PRODUCTO CENTRO AMERICANO HECHO EN...".

2.2.2.3.2.3.5 DENOMINACIONES DE ORIGEN

Es una especie de modalidad en la cual se acentúa o especifica de manera especial el nombre geográfico del país, región o localidad donde proviene el producto, se define como: el nombre geográfico de un país, de una región, de una localidad, que sirve para designar un producto originario del mismo, cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico, comprendidos los factores naturales y humanos⁶²

Tanto la indicación de procedencia como la denominación de origen son modalidades que contribuyen a evitar que exista una competencia desleal entre los comerciantes y de igual forma se evita que se produzcan daños contra el público consumidor y los legítimos productores de las áreas que gozan de la fama ganada a través de los años.

2.2.2.3.2.3.6 EMBLEMA

Son distintivos genéricos que no identifican tipos de artículos determinados, sino que sirven para ser usados en todos los artículos que produzca o distribuya una empresa dada e indican solamente procedencia de dicha empresa.

⁶² Ejemplos de esta modalidad son los nombres genéricos como Coñac, Champagne, Lana de Cachemira, Ceda Tahi.



El Emblema es un signo figurativo simbólico o alegórico que identifica y distingue a una empresa o a un establecimiento.

2.2.5 MARCO CONSTITUCIONAL

En el orden constitucional se regulan los derechos de Propiedad Intelectual y dentro de ella la Propiedad Industrial como forma de garantizar los Distintivos Comerciales.

Existen dos artículos en la Constitución de la Republica en cuyos incisos descansan los fundamentos constitucionales de la propiedad inmaterial, es decir Propiedad Intelectual; estos son los artículos 103 inc. 2 y 110 inc. 3, ambas disposiciones ubicadas dentro del titulo V denominado "Orden Económico"⁶³.

El articulo 103 inc. 2 expresa: "... Se reconoce así mismo la propiedad intelectual y artística, por el tiempo y las formas determinadas por la ley".

Este inciso contempla expresamente el pleno reconocimiento por parte de la Carta Magna, de la Propiedad Intelectual y Artística. Como se indico anteriormente la propiedad intelectual es el género y la industrial la especie entre otras como la literaria, por lo que debe entenderse que este inciso engloba las distinciones que los industriales y comerciantes puedan hacer de sus productos, a través de Distintivos Comerciales, como un derecho o privilegio con pleno rango constitucional y productos del ingenio humano.

⁶³ Fundación de Estudios para la Aplicación del Derecho. FESPAD. Constitución Explicada. Sexta Edición. Pag. 85 y 89.



Esta disposición ha de considerarse con la suficiente fuerza normativa para que sea aplicado directamente cuando un inventor considere que su creación esta siendo amenazado por un tercero.

El producto del ingenio puede ser copiado, falsificado, o bien utilizado sin el debido consentimiento de su legitimo titular, lo cual debe ser evitado, y esta norma viene no solo hacer la base de todas las medidas en contra del abuso de la propiedad industrial y los distintivos comerciales, sino también una norma de aplicación directa en ciertos casos, sin embargo el mismo articulo condiciona el derecho a la forma, el tiempo determinado por la ley, que es la encargada de desarrollar esta garantía constitucional para los titulares de la propiedad intelectual.

El articulo 110 de la constitución expresa: "...se podrá otorgar privilegios por tiempo limitado a los descubridores e inventores y a los perfeccionadores de procesos productivos"; pero en los dos incisos anteriores de este articulo la constitución prohíbe las practicas monopolicas que no sean a favor del estado o de los municipios y cuando el interés social lo haga imprescindible; y además establece la garantía de la libertad empresarial y la protección al consumidor.

A criterio del equipo investigador ésta es la regla general de prohibición de los monopolios, regla que es exceptuada por el inciso 3 de dicho articulo, al otorgar privilegios por tiempo limitado a descubridores o inventores y descubridores de procesos



productivos, regla que los monopoliza por quedar en provecho y control por parte de una sola persona; pero que por su especialidad y relevancia en el estímulo del ingenio y creatividad humano para el progreso de la nación, lo exceptúa y solo lo limita a diez años de explotación de ese privilegio, pudiendo ser renovado y así rompe con la perpetuidad del monopolio.

2.2.6 TRATADOS INTERNACIONALES

El desarrollo del derecho de los derechos humanos constituye una de las disciplinas jurídicas de mas reciente desarrollo, a diferencia del derecho penal que es eminentemente sancionado, el derecho de los derechos humanos es un derecho protector de derechos fundamentales, bienes jurídicos de mayor importancia.

El art. 144 de la Carta Magna establece: que “Los Tratados Internacionales (Convenciones, Pactos, Acuerdos, Convenios) celebrados por El Salvador con otro estado u otros estados, o con organismos internacionales, constituyen leyes de la Republica al entrar en vigencia, conforme a las disposiciones del mismo tratado y de la Constitución”⁶⁴.

⁶⁴ Ibid. Pág. 109



2.2.4.1 DECLARACION UNIVERSAL DE LOS DERECHOS HUMANOS

Esta fue adoptada y proclamada por la Asamblea General De Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948, en su preámbulo, Considerando I establece: “Considerando que la libertad, la justicia y la paz en el mundo tienen por base el reconocimiento de la dignidad intrínseca de los derechos iguales e inalienables de todos los miembros de la familia humana”, luego en el Art. 17 dice “Toda persona tiene derecho a la propiedad individual y colectivamente.

Nadie será privado arbitrariamente de su propiedad”⁶⁵

Aquí se reafirma el derecho a la propiedad privada como un derecho fundamental inherente a la persona humana como atributo de ella misma.

El término propiedad aquí empleado es genérico, sin que por ello se desentienda la propiedad inmaterial amparada en los derechos de propiedad industrial ampliamente regulado.

⁶⁵ ONUSAL – PDH. Instrumentos Internacionales sobre Derechos Civiles y Políticos. 1ª. Edición. Editorial Lea Editores. San Salvador, El Salvador C. A. Pág. 16



2.2.4.2 CONVENCION INTERNACIONAL SOBRE LA ELIMINACION DE TODAS LAS FORMAS DE DISCRIMINACION RACIAL.

Esta convención fue adoptada y ratificada por la asamblea general de las naciones unidas, el 21 de diciembre de 1965 como un primer instrumento que viene a reafirmar lo ya establecido en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, pero además a desarrollarla.

Así en el Art. 5 establece “En conformidad con las obligaciones fundamentales estipuladas en el Art. 2 de la presente convención, los Estados partes se comprometen a prohibir y eliminar la discriminación racial en todas sus formas y a garantizar el derecho de toda persona a la igualdad ante la ley, sin distinción de raza, color y origen nacional o étnico, particularmente en el goce de los derechos siguientes”: en el literal D referido a otros derechos civiles en particular, en el romano V establece: “el derecho a ser propietario indudablemente y en asociación con otros”⁶⁶. Del cual se desprende el mismo análisis anterior referente a la Declaración Universal de los Derechos Humanos en el sentido que si bien es cierto no contiene una regulación expresa de la propiedad industrial si se encuentra incluida en el precepto general de reconocimiento de la propiedad privada como así lo manifiesta pudiendo ser en forma individual o colectiva.

⁶⁶ *Ibid.* Pág. 50



2.2.4.3 DECLARACION AMERICANA SOBRE DERECHOS Y DEBERES DEL HOMBRE

En su considerando I especifica “que los pueblos americanos han dignificado la persona humana y que sus constituciones nacionales reconocen, que las instituciones jurídicas y políticas, rectoras de la vida en sociedad, tienen como fin principal la protección de los derechos esenciales del hombre y la creación de circunstancias que le permitan progresar materialmente y alcanzar la felicidad.”⁶⁷

Art. XIII. Referido a los “derechos de los beneficios de la cultura”⁶⁸ dice que: Toda persona tiene el derecho de participar en la vida cultural de la comunidad, gozar de las artes y disfrutar de los beneficios que resulte de los progresos intelectuales y especialmente de los descubrimientos científicos.

Tiene así mismo derecho a la protección de los intereses morales y materiales que le corresponden por razón de los inventos, obras literarias, científicas y artísticas de que sea autor”.

Este artículo a diferencia de los anteriores citados, hace una distinción más clara del concepto de propiedad, reconociendo que es tanto moral como material.

En el caso de los distintivos comerciales como ya se ha dicho en anteriores aportes es una propiedad de carácter moral, intangible, reconocimiento que

⁶⁷ Ibíd. Pág. 250

⁶⁸ Ibíd. Pág. 253



expresamente ha hecho la Declaración Americana sobre Derechos y Deberes del Hombre.

En el Art. XXIII referido al derecho de propiedad establece “Toda persona tiene derecho a la propiedad privada correspondiente a las necesidades esenciales de una vida decorosa, que contribuya a mantener la dignidad de la persona del hogar”⁶⁹.

2.2.4.4 CONVENCION AMERICANA DE LOS DERECHOS HUMANOS

En su considerando se ha establecido que los derechos esenciales del hombre no nacen del hecho de ser nacionales de determinado Estado sino que tienen como fundamento los atributos de la persona humana, razón por la cual justifican una protección internacional, de naturaleza convencional coadyuvante o complementaria de la que ofrecen el derecho interno de los estados americanos.

La presente convención en el Art. 21 referido a: “derecho a la propiedad privada”⁷⁰, señala:

1.- Toda persona tiene derecho al uso y goce de sus bienes. La ley puede subordinar tal uso y goce al interés social.

⁶⁹ Ibíd. Pág. 255

⁷⁰ Ibíd. Pág. 267



Este numeral ha establecido expresamente los derechos que recaen sobre toda propiedad sea material o inmaterial como es el uso y goce de sus bienes y aunque no lo diga el derecho mismo de disponer de ellos.

No obstante que no hace uso de distinción a que tipo de propiedad se refiere debe entenderse que incluye tanto la propiedad material (bienes, cosas, objeto), como a la propiedad inmaterial (distintivos comerciales, obras artísticas, científicas, literarias).

2.2.4.5 CONVENIO DE PARIS PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Con mas de cien años de existencia, ésta convención es la más importante del régimen internacional de la propiedad industrial. Frente a la diversidad de legislaciones en esa materia constituye una solución adecuada para proteger internacionalmente los derechos de los titulares de propiedad industrial, garantizándoles algunos privilegios de los países miembros de la Unión fue ratificado por El Salvador el “ocho de diciembre de mil novecientos noventa y tres, Publicado en el DO. No. 5 Tomo 322 de fecha siete de enero de mil novecientos noventa y cuatro”⁷¹.

PRINCIPIOS ESCENCIALES DEL CONVENIO DE PARIS

- a) PRINCIPIO DE ASIMILACION A LOS NACIONALES O DE TRATO NACIONAL.

⁷¹ www.csj.gob.sv. 14 – 06 - 2003



El unionista tendrá abiertos en cada uno de los países de la unión dos categorías de derechos: 1) Los derechos reconocidos por las leyes internas a los nacionales, sin discriminación alguna y 2) Los derechos reconocidos especialmente por la Convención. El Art.2.1 consagra este principio.

b) DERECHOS MINIMOS A LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

Además del trato nacional, el Convenio de Paris prevee un mínimo de derechos que los países miembros han de reconocer a los súbditos protegidos por ese Convenio, este principio es de especial importancia en materia marcaria, donde, a diferencia de lo que ocurre, con relación a las patentes, el Convenio de Paris establece disposiciones relativamente amplias en cuanto a la protección mínima de los titulares de derechos (Art.6 a 10 del Convenio).

c) PRINCIPIO DE INDEPENDENCIA

Una vez registrada una marca en un país de la Unión, sigue siendo independiente y no resultara afectada por la suerte que los registros de la misma marca puedan correr en los otros países, incluido el país de origen. El Art. 6.3 expresa este principio.

d) LA PROTECCION DE LA MARCA "TAL CUAL"

El contenido de este principio estriba en que el Unionista que tiene la propiedad de su marca regularmente registrada en su país de origen puede obtener la protección de su marca "tal cual es" en los otros países de la Unión.



e) DERECHO DE PRIORIDAD

Consiste en que el unionista que haya efectuado regularmente el depósito de una solicitud de patente de invención, modelo de utilidad, dibujo o modelo industrial o de marca en alguno de los países de la Unión, disfruta de un derecho, llamado de prioridad, de doce meses para efectuar el depósito de la patente de invención y del modelo de utilidad y de seis meses para efectuar el depósito de la marca, del dibujo o modelo industrial en alguno de los países miembros de la misma. El Unionista ejercita este derecho sin que pueda ser invalidado por los hechos ocurridos en el intervalo de dicho plazo, especialmente por otro depósito o el uso de la marca. El periodo de prioridad comienza a correr a partir del día siguiente de la fecha del depósito de la primera solicitud. Este derecho está consignado en el Art.4, sección A.1 y los plazos el mismo artículo, sección C.1.

La naturaleza jurídica de la prioridad, no está bien definida en la literatura. Para algunos autores como para Casalonga, representa una excepción a la aplicación de las legislaciones internas por razones de Justicia Internacional, en tanto que para Roubier, es un medio legal de defensa para reivindicar, después de cierto tiempo, una patente en otro país. Para Ladas no es un derecho independiente, sino más bien una ficción legal. Para Poulillet, se trata de un puro efecto de fecha.

El derecho de prioridad debe basarse en la primera solicitud, cuya fecha de depósito será el punto de partida del plazo de prioridad (Artículo 4 sección C 4).



NORMAS DEL CONVENIO DE PARIS

Los textos de esta Unión, una vez que entran en vigor, son una autentica legislación internacional con rango superior a la que se someten voluntariamente todos los países unionistas.

Estos textos como se ha visto en los antecedentes están sujetos a modificaciones periódicas en las conferencias de revisión, lo que es muy necesario; por un parte porque todo lo relativo a industria y comercio varia constantemente y por otra, porque pese a los años transcurridos y a los progresos logrados, aun estamos muy lejos de una autentica y total regulación internacional de estos derechos.

CUATRO TIPOS DE DISPOSICIONES DEL CONVENIO DE PARIS

1. En primer lugar encontramos aquellas que pueden considerarse de Derecho Internacional Público. Se refieren a los derechos y obligaciones de los estados miembros y a la integración y Órganos de la Unión.

Como ejemplo podemos mencionar al Art. 6 Ter. 3). y 4), que requiere o permite a los Estados o a las Organizaciones Internacionales comunicar que emblemas quedan excluidos de los registros como marcas, el Art. 12 que exige a los Estados miembros establecer un servicio nacional de la propiedad industrial e imprimir ciertas publicaciones; los Art. 13,14 y 15 que establecen los Órganos de la Unión; los Art. 23 y 27 que se refieren a las relaciones entre éste Instrumento y las diferentes actas que surgieron de las revisiones.



2. El segundo grupo de disposiciones son las que permiten o exigen a los Estados miembros legislar en el campo de la propiedad industrial, en el caso de El Salvador es la creación de Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Al efecto podemos mencionar el artículo 4D) 1, 3, 4, y 5, que requiere o permite a los estados miembros regular algunos aspectos relativos al derecho de prioridad; el Art. 4, G, 2), en lo que se refiere a la división de la solicitud de patente, el Art. 5 A, 2) que concede a los estados miembros legislar contra los abusos que puedan resultar del ejercicio de los derechos exclusivos que confirman una patente; el artículo 10 bis 1) que exige a los Estados miembros asegurar protección efectiva contra la competencia desleal; el artículo 10 Ter, que obliga a los estados miembros a proveer remedios legales para reprimir ciertos actos indebidos que se refieren a marcas, nombres comerciales y falsas indicaciones de procedencia, el Art. 11, que se refiere a la concesión de protección temporal a las invenciones, etc. Y desde luego, el importante artículo 25, por el cual los países miembros se comprometen a tomar las medidas necesarias para asegurar la aplicación de la Convención en su territorio, ya que un país que se adhiere a la Convención debe estar en condiciones, de conformidad con su derecho interno, de dar cumplimiento a las disposiciones de la Convención. De lo contrario sus disposiciones serían inoperantes internamente.



3. El tercer grupo esta constituido por el Derecho Unionista, es decir, el principio de igualdad o asimilación con los nacionales, sin el requisito de la reciprocidad (Art. 2 y 3).

4. El cuarto grupo se refiere a los Derechos y Obligaciones de los Particulares.

Ejemplo de estas disposiciones son: el Art. 1, que contiene la definición de propiedad industrial; el 4 que establece el derecho de prioridad; el Quater sobre las posibilidades de rehuso o anulación de las patentes; el 5, que se refiere a un periodo de gracia; el Art. 6 quinquies, sobre la protección de marcas registradas en otros países; el 6 Septies, sobre la cancelación de registros indebidos de marcas hechos por agentes o representantes.

En síntesis, la Convención establece un Derecho Común Internacional que tiende a sustituir la legislación interna en varios aspectos interesantes.

MEDIDAS EN CONTRA DE INDICACIONES FALSAS DE PROCEDENCIA

El Art. 10 del Convenio de Paris dispone que las medidas, precautorias contempladas en el Art. 9 del mismo serán aplicables en caso de utilización directa o indirecta de una indicación falsa, concerniente a la procedencia del producto o a la identidad del productor, fabricante o comerciante. También establece el mencionado Art. 10 quienes son las personas autorizadas para proceder de conformidad con el mismo.



RECURSOS LEGALES

De conformidad con el inciso 1) del artículo 10 ter, los países de la Unión están obligados a asegurar a los nacionales de los demás países de la Unión los recursos legales apropiados para reprimir eficazmente todos los actos previstos en los artículos 9, 10, 10 bis del Convenio de Paris.

2.2.4.6 ACUERDO SOBRE LOS ASPECTOS DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL RELACIONADOS CON EL COMERCIO (ADPIC)⁷²

El acuerdo ADPIC firmado por El Salvador en 1996, surge en el seno de la Organización Mundial del Comercio (OMC) como respuesta a una necesidad de reducir las distorsiones del Comercio Internacional y los obstáculos que el comercio enfrenta hoy en día, para lo cual se hace necesario someter a nivel internacional una protección eficaz y adecuada de los derechos de propiedad intelectual; y así asegurar que las medidas y procedimientos sean respetados y que dichos derecho no sean convertidos en obstáculos al comercio legítimo; es decir, respeto absoluto a los Distintivos Comerciales y combate real a las practicas comerciales de competencia desleal; por tanto, se estaría realizando una lucha directa al comercio ilegítimo.

⁷² www.omc.com. 15 – 11 - 2003



Con los Acuerdos ADPIC se busca desarrollar un marco multilateral de Principios, Normas y practicas relacionadas con el Comercio Internacional de poner coto a la comercialización de mercancías falsificadas. Pretendiendo además con los acuerdos ADPIC establecer mejores relaciones entre la OMC y la OMPI.

En el articulo 1, 41 y 61 (ADPIC) los países firmantes se obligan a crear legislaciones internas de protección a la propiedad industrial e incluso la obligación de dar protección penal.

Así el Artículo 41 expresa “1. los miembros se aseguraran de que en su legislación nacional se establezcan procedimientos de observancia de los derechos de propiedad intelectual conforme a lo previsto en la presente parte que permitan la adopción de medidas eficaces contra cualquier acción infractora de los derechos de propiedad intelectual, con inclusión de recursos astiles para prevenir las infracciones y de recursos que constituyen un medio eficaz de disuasión de nuevas infracciones. Estos procedimientos se aplicaran de forma que se evite la creación de obstáculos al comercio legitimo, y deberán prever salvaguardias contra su abuso.”

El Artículo 61 que expresa “los miembros establecerán procedimientos y sanciones penales al menos para los casos de falsificación dolosa de marcas de fabrica o de comercio o de piratería lesiva del derecho de Autor a escala Comercial.

Los recursos disponibles comprenderán la pena de prisión y/o la imposición de sanciones pecuniarias suficientemente disuasorias que sean coherentes con el nivel de



las sanciones aplicadas por delitos de gravedad correspondiente. Cuando proceda, entre los recursos disponibles figurara también la confiscación, el decomiso y la destrucción de las mercancías infractoras y de todos los materiales y accesorios utilizados predominantemente para la comisión del delito. Los miembros podrán prever la aplicación de procedimiento y sanciones penales en otros casos de infracción de derechos de propiedad intelectual, en particular cuando se cometa con dolo y a escala comercial.”

En base a lo anterior El Salvador quedó obligado desde 1996 a crear un sistema jurídico de protección a los Signos Distintivos, lo que llevo a que con la creación de los Códigos Penal y Procesa Penal de 1998 el tema fuera incluido bajo el titulo Orden Socioeconómico como una legitimación que el Estado Salvadoreño estaría en contra de toda practica de comercio ilegítimo.

Para finales de 1996 y 1997 se crea la Unidad de Protección de Propiedad Intelectual de la Fiscalía General de la Republica como un a unidad especializada en la persecución de éstos delitos, cumpliendo con las políticas y acciones de los Acuerdos ADPIC y la OMC.

Acuerdos no ratificados por países como China, Taiwán, Corea del Norte, Cuba etc.



Los Acuerdos ADPIC obligan al Estado Salvadoreño a secuestrar, sacar del comercio y destruir toda mercadería incautada en flagrante violación de derechos reconocidos en la Propiedad Industrial e Intelectual.

En la parte II Normas Relativas a la Existencia, Alcance y Ejercicio de los derechos de Propiedad Intelectual; en la Sección 2º Artículos 15 y siguientes se desarrolla todo lo concerniente a marcas de fabrica y de comercio, expresando que podrá constituir una marca de fabrica o de comercio cualquier signo o combinación de signos que sean capaces de distinguir los bienes y servicios de una empresa de los de otra empresa tales signos podrán registrarse como marcas de fabrica o de comercio, en particular las palabras, incluidos los nombres de personas, las letras, los números, los elementos figurativos y las combinaciones de colores. Así como cualquier combinación de estos signos. Cuando éstos no sean intrínsecamente capaces de distinguir los bienes y servicios pertinentes, los miembros podrán supeditar la posibilidad de registro de los mismos al carácter distintivo que hayan adquirido mediante su uso. Los miembros podrán exigir como condición para el registro que los signos sean perceptibles visualmente.

Los derechos adquiridos tal como lo expresa el Artículo 16 será el de impedir que cualquier tercero sin su consentimiento, utilice en el curso de operaciones comerciales signos idénticos o similares para bienes o servicios que sean iguales a aquellos para los que se ha registrado la marca, cuando ese uso de lugar a probabilidad de confusión. En el caso de que se use un signo idéntico para bienes o servicios se



presumirá que existe probabilidad de confusión. Los derechos antes mencionados se entenderán sin perjuicio de ninguno de los derechos existentes con anterioridad y no afectaran a la posibilidad de los miembros de reconocer derechos basados en el uso.

En la Sección III se desarrolla lo relativo a la Indicaciones Geográficas hoy conocidas como Indicaciones de Procedencia y Denominaciones de Origen. Así el Art. 22 expresa: “ 1. a los efectos de lo dispuesto en el presente acuerdo, Indicaciones Geográfica son las que identifiquen u producto como originario del territorio de un miembro o de una región o localidad de ese territorio, cuando determinada calidad, reputación, u otra característica del producto sea imputable fundamentalmente a su origen geográfico.

Art. 23 referido a la protección Adicional de las Indicaciones Geográficas de los vinos y bebidas espirituosas en el numeral 1° dice: “ Cada miembro establecerá los medios legales para que las partes interesadas puedan impedir la utilización de una Indicación Geográfica que identifique vinos para producto de ese genero que no sean originarios del lugar designado por la Indicación Geográfica de que se trata, o identifique bebidas espirituosas para productas de ese genero que no sean originarios del lugar designado por la Indicación Geográfica en cuestión, incluso cuando se indique el verdadero origen del producto o se utilice la Indicación Geográfica traducida o acompañada de expresiones tales como “clase, tipo, estilo, imitación” u otras análogas”.

El Art. 67 establece que los países desarrollados miembros de la OMC prestaran cooperación en la asistencia para la preparación de leyes y reglamentos sobre protección



y observancia de los derechos de Propiedad Industrial a países en desarrollo, así como para el establecimiento y ampliación de oficina y entidades nacionales competentes en estas materias, incluida la formación de personal.

El Art. 69 dice que los miembros convienen en cooperar entre si con objeto de eliminar el comercio internacional de mercancías que infrinjan los derechos de propiedad intelectual. A éste fin, establecerán servicios de información en su Administración, darán notificación de esos servicios y estarán dispuestos a intercambiar información sobre el comercio de las mercancías infractoras. En particular, promoverán el intercambio de información y la cooperación entre las autoridades de Aduanas en lo que respecta el comercio de mercancías de marcas de fábrica y de comercio falsificadas y mercancías piratas que lesionen el derecho de autor.

Este Acuerdo es vigilado y ejecutado por cada uno de los países firmantes y bajo el auspicio del Consejo ADPIC.



2.2.5 LEGISLACION SECUNDARIA

2.2.5.1 CODIGO PENAL

El nuevo Código Penal de El Salvador en El Libro Segundo describe en la llamada Parte Especial los distintos hechos punibles. En su sistemática recoge la prelación de los bienes jurídicos establecidos en la Constitución de la Republica de 1983 y fue creado por Decreto Legislativo No. 1030 de fecha 26 de abril de 1997 publicado en el Diario Oficial No. 105 Tomo 335 de fecha 10 de junio de 1997⁷³. Este tiene como finalidad primordial orientar nuestra normativa penal dentro de una concepción garantista, de alta efectividad para evitar la violencia social y delincencial que vive nuestro país.

El delito en estudio fue introducido en el TITULO IX DELITOS RELATIVOS AL ORDEN SOIOECONOMICO, CAPITULO I DE LOS DELITOS RELATIVOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.

Art. 229.- VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES.- El que con fines industriales o comerciales, y sin el consentimiento del titular, reprodujere, imitare, modificare o de cualquier modo utilizare marca, nombre comercial, expresión, señal de propaganda o cualquier otro distintivo comercial, infringiendo los derechos amparados

⁷³ www.jurisprudencia.com. 23 – 05 -03



por la propiedad industrial registrada conforme a la Ley, será sancionado con prisión de uno a tres años.

En la misma sanción incurrirá quien, a sabiendas poseyere para su comercialización o pusiere en el comercio, productos o servicios con distintivos comerciales que, conforme al inciso anterior, constituyere una infracción de los derechos exclusivos del titular de los mismos.

De la redacción anterior se puede especificar que el Ilícito en estudio fue redactado de forma diferente que en el anterior código ubicándolo en los delitos relativos al orden socioeconómico la necesidad de renovar el orden jurídico-penal surge de los profundos cambios políticos, sociales, económicos y culturales que afectan a la sociedad. Estos cambios conllevan una revalorización de los valores y nuevos peligros para los bienes jurídicos establecidos por la Constitución. Al mismo tiempo crecen los desafíos de una delincuencia que no corresponde más con la imagen transmitida por las legislaciones tradicionales, caracterizada, en su mayoría, por conflictos entre individuos. Los nuevos ataques a la convivencia pacífica de los ciudadanos afectan a un sinnúmero de personas independientemente de su individualidad. Este desarrollo requiere respuestas eficaces, basadas firmemente en una legislación adecuada a las necesidades de hoy y de mañana

Sin embargo, la creciente interrelación política y económica con otros países de la región y del mundo, así como el desarrollo acelerado en las Ciencias empíricas y



normativas competentes obligan a apoyarse también en las experiencias de la política criminal internacional.

Parte de la eficacia de un nuevo Código Penal es una técnica legislativa moderna. Por eso, el código se ve obligado a introducir algunos cambios de la nomenclatura tradicional. Sin embargo, las nuevas fórmulas tienen que ser y son suficientemente abstractas para poder dar respuesta inmediata a los cambios de las situaciones y conductas delictivas.

2.2.5.2 LEY DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS⁷⁴

Los antecedentes de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos están en el Convenio Centroamericano Para la Protección de la Propiedad Industrial que era el tratado que estaba vigente para todos los países de Centro América (Guatemala, Nicaragua, Costa Rica y El Salvador) el cual su legislación era muy buena, y bastante completa, pero existían algunos vacíos que tenían que mejorarse en legislaciones posteriores. Y así en 1999 Centroamérica renuncia al Convenio Centroamericano con el fin de aprobar leyes nacionales de cada país y de incorporarlas al poder correspondiente. El Convenio Centroamericano no era una ley que otorgaba un solo registro para los cinco países de Centroamérica, ya que era necesario hacer un registro por país, era un registro territorial, éste contaba con una legislación uniforme habían periodos de

⁷⁴ www.csj.gob.sv. 24 – 03 -03



prioridad en caso de presentar una solicitud en un país y lo quería presentar en otro país de Centroamérica tenía una prioridad de seis meses fecha de acuerdo con el Convenio de Paris que es un tratado de Propiedad Industrial que también tiene los estándares mínimos de protección.

Otro antecedente importante y motivo por el cual los países Centroamericanos renunciaron el Convenio Centroamericano es el acuerdo sobre los Aspectos De Derechos De Propiedad Intelectual (ADPIC). Este se encuentra vigente desde el año 2000 este acuerdo es un anexo, es el anexo 1C del acuerdo de Marrakeche el cual creo la Organización Mundial del Comercio por ende el salvador tenía la obligación de hacer cumplir estos estándares, este acuerdo ADPIC iba a incorporarlo en una nueva ley.

La ley de Marcas y Otros Signos Distintivos entro en Vigencia el trece de junio de dos mil dos.

- **OBJETO**

Las disposiciones de la Ley tiene por objeto regular todo lo concerniente a la preservación, mantenimiento, registro, protección, modificación y licencias a marcas, nombre comercial, señales de publicidad comercial, emblemas, indicaciones geográficas y denominaciones de origen, así como la represión contra la competencia desleal (Art. 1 LMSD).

- **DISTINTIVOS COMERCIALES PROTEGIDOS**



La marca que es aquel signo, combinación de signos visualmente perceptibles los cuales por sus caracteres especiales, sirva para distinguir claramente los productos o servicios de una persona que puede ser natural o jurídica, a los bienes y servicios de otra persona que sean similares o de la misma naturaleza y que pertenezcan a la misma clase.

Ejemplos como la palabra Chocorisas que es una marca de productos alimenticios de galletas. 3M que es una marca de productos plásticos y médicos, ESSO que es una marca muy conocida y así podemos tener diferentes tipos de marcas que pueden ser dos colores, tres colores combinados, puede ser una palabra un numero que tenga letras especiales, características especiales, puede ser una caricatura, también las marcas de disney. Inclusive ahora existen y con la nueva ley esta regulada y se admiten marcas tridimensionales que pueden ser formas de botella o las formas de cosas siempre y cuando sean distintivos y tengan un carácter especial , novedoso que no sea funcional al objeto lo hace diferente a otros de otras terceras personas. Se puede presentar una marca con los requisitos de existir no solo una imagen frontal sino la parte inferior y superior siempre y cuando llene los requisitos de novedad, sea distintivo, especial y diferente a otra marca y que una persona pueda reconocerla que es una empresa o fabricante en especial. (arts. 4 -20 LMSD).

La figura del **Signo Notorio**, es el signo distintivo conocido por el sector idóneo del público, o en los círculos empresariales afines al mismo, como pertenecientes aun



tercero, que ha adquirido dicha calidad por su uso en el país o como consecuencia de la promoción del mismo;

Por Ejemplo un signo notorio es aquel que es conocido por un sector determinado ya sea el femenino, los niños, o la región de un país y que ha sido de acuerdo a la promoción y publicidad que se le ha dado al mismo. CLARIGIENI producto farmacéutico, no es una marca que ha sido reconocida por varias personas pero probablemente es conocida por el sector alérgico personas que tiene alergias y que le son recetadas, DAYGUESS que es una marca para zapatos y accesorios para mujeres que podría ser que no lo conozca el sector masculino pero si el femenino de alto nivel económico.

La ley da las facultades de que cualquier tercero que sea dueño de esas marcas notorias pueda oponerse contra otra persona que pueda inscribirlo independientemente que ese tercero haya presentado la solicitud antes que él siempre y cuando tiene que comprobar la publicidad, que ha existido el conocimiento, que pueda haber una confusión en el público creyendo que ese tercero tiene alguna relación con la marca de su producto.

La Marca Famosa a diferencia de las marcas notorias son todas aquellas que son conocidas por todo el público consumidor ya sea dentro del país o fuera de él independientemente del sector al que pertenezcan o a la región.



Ejemplo Coca Cola que es conocido en el mundo y por ende tiene el derecho de ser protegida y que un registrador declare sin lugar cualquier marca que sea similar o idéntica.

La marca famosa inclusive sobrepasa una protección de un producto que no sean de una naturaleza similar lógicamente si alguien quiere registrar un jugo de naranja marca coca cola lo van a declarar sin lugar , pero también si alguien quiere registrar una camiseta coca cola o quiere poner un servicio de publicidad coca cola también el registrador tiene la obligación de declararlo sin lugar, pues por ser una marca famosa aun siendo productos de distinta naturaleza puede causar una confusión en el publico o puede generar un aprovechamiento de la fama de esa marca de parte de este tercero que lo quiera utilizar o registrar.

Las Expresiones o Señales de Publicidad Comercial el objetivo de éstas es llamar la atención del público consumidor hacia un producto o hacia un servicio en específico. La Ley lo define como toda palabra, leyenda, frase, lema, grabado, oración o símbolo o medio similar siempre que sea original y característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o usuarios sobre uno o varios productos o servicios, de empresas o establecimiento. (Arts. 52- 55 LMSD)

Ejemplo. Señal de publicidad muy conocida de la Curacao, Súper Selectos tiene su señal de publicidad muy conocida que es NADIE TE CONOCE TAN BIEN, que es una señal muy nueva, SIEMPRE COCA COLA etc.



El Nombre Comercial que es aquel signo denominativo o mixto con el cual se identifica y distingue una empresa o un establecimiento. (Art. 56 -62 LMSD)

Una empresa puede tener una razón social con la cual este inscrita en el Registro de Comercio. Por ejemplo La Mariposas SA. de CV. ese puede ser también su nombre comercial si de esa manera se da a conocer comercialmente al publico consumidor, también puede ser que esa sea su razón social pero ante el publico consumidor utiliza otro nombre que podría ser Restaurante Los Cebollines; no necesariamente el nombre comercial coincide con la razón social de la empresa.

Un nombre comercial puede ser solo una palabra, dos palabras, estar combinados con gráficos con símbolos siempre y cuando sea novedoso y diferente a otro tercero que la tenga en uso con anterioridad.

Una parte novedosa de los Nombres Comerciales es que el derecho sobre el mismo se adquiere por su uso en el comercio (Art. 57 LMSD), no por su registro; por que muchas veces pueden haber empresas que desde hace muchos años utilizan el Nombre Comercial el publico consumidor ya los conoce de esa manera; pero aun no ha obtenido su protección en un registro y así la ley lo protege contra terceras personas que maliciosamente quieran aprovecharse de ese nombre y atraer la atención de ese publico.

Ejemplos. Nombre comercial denominativo Restaurante La Pampa Argentina;
Siman el cual tiene una combinación con un grafico.



Siempre hace alusión al registro de nombre comercial pero solo tiene carácter declarativo, es recomendable hacer un registro del Nombre Comercial independientemente que su protección sea por el uso ya que en caso de una acción judicial con un certificado es mas fácil probar la titularidad sobre el mismo.

El Emblema definido como un signo figurativo simbólico o alegórico que identifica o distingue una empresa o a sus establecimientos . (Art. 63 LMSD)

La protección y el registro de los emblemas se rigen por las disposiciones del Nombre Comercial a diferencia que es un signo o lo que nosotros llamamos el logotipo de la empresa.

Es decir no es la palabra denominativa sino que es un dibujo, un signo alegórico a la empresa así tenemos el emblema de General Electric que puede usar como nombre comercial la palabra General Electric pero el emblema es el signo , y así en el mercado, centros comerciales muchas empresas tienen signos distintivos además de su nombre comercial.

Indicaciones Geográficas es todo nombre geográfico, designación, imagen o signo que designa o evocan país, una región, localidad o un lugar determinado (Arts. 64 – 66 LMSD).

Las Denominaciones De Origen estas son aquellas indicaciones constituidas por la denominación de un país, región o lugar determinado, usada para designar un producto originario de ese país, región, cuyas cualidades o características se deben



exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce.(Art. 67 – 74 LMSD).

Ejemplos el Tequila para una bebida alcohólica de una región de México y el Champagne para una bebida espumante o espirituosa de Francia, una persona no puede elaborar una bebida alcohólica y ponerle esa etiqueta aunque haya sido elaborado de la misma manera por que esos signos distintivos son exclusivos para la gente de la región a la cual se le ha permitido fabricar ese producto.

- TRAMITE REGISTRAL

El art. 10 de la ley de marcas da los requisitos que deben incluirse en la solicitud del registro:

- Persona a quien se dirige que es el director de propiedad intelectual del registro de comercio.
- Generales del solicitante que desea ser el titular de la marca, nombre dirección, domicilio, profesión así como lo de su apoderado según el caso,
- identificar cual es la marca que se solicita que puede ser denominativa o grafico en la solicitud debe incluirse la marca que se desea registrar y además quince reproducciones de la misma. Cuando es un diseño y no lleva palabras es necesario darle una identificación abreviada de la marca por ejemplo La Ardilla esta tiene una pelota y un sombrero y se va a identificar como diseño de la ardilla esa es una manera de identificación abreviada,



- Traducción de la marca por ejemplo si yo quiero registrar un Kinder Garden que se llame Happy Kids y es un termino que esta en otro idioma existe la obligación de traducirlo y poner Niños Felices por que este requisito es para que el registrador tenga la facilidad y la capacidad de verificar si esa marca esta incluidas dentro de una de las prohibiciones del registro por ser genérica, de uso común etc.
- La lista de los productos o servicios que desea amparar con su marca, nombre comercial, emblema o señal de publicidad comercial.
- Es necesario manifestar en que clase de productos o servicios la ley menciona el arreglo de Niza que es un convenio de 1957 en donde se ha dividido o se ha clasificado los productos o servicios.
- La reserva y esta puede ser positiva o negativa. LA RESERVA NEGATIVA viene el caso que se quiere registrar como marca la etiqueta de un producto por ejemplo una salsa de tomate se presenta su etiqueta la salsa de tomate rojito en esa marca lleva elementos que no pueden ser registrados (hecho en el salvador, los ingredientes), por que no se tiene exclusividad sobre ellos entonces usted en su reserva dice no me reservo el derecho exclusivo de y los menciona. RESERVA POSITIVA podría ser que se presente una marca que sea denominativa solo la palabra entonces dice que se reserva el derecho de usar un tipo de letra diferente, normalmente se registra una marca pero puede ser que por objeto de mercadeo se le deseen hacer mejoras a la marca le cambie algún



tamaño, este año lo usa con letra cursiva, el siguiente año le incorpora un color rojo hoy lo quiere usar con un muñeco, mañana lo quiere usar con otro entonces con esta reservas pues se faculta usarlo con un tipo de letra diferente independiente de que no sea el mismo registro.

▪ PROHIBICIONES DEL REGISTRO

No todas las marcas son admitidas por el registro existen prohibiciones que pueden ser relativas o absolutas.

Las Prohibiciones Relativas están en el art. 8 Marcas Inadmisibles Por Razones Intrínsecas, Por ejemplo: a) No se puede registrar la forma usual o corriente del producto a que se aplica, es decir la persona no tiene la facultad de registrar la marca de una Hamburguesa y simplemente poner una hamburguesa común y corriente diferente es que a la hamburguesa se le ponga patitas o sombrero y una corbata o sea no puede ser la forma usual o corriente; b) Un color aisladamente considerado, no puede simplemente quiero registrar el color rojo para amparar zapatos, es permisible hacer combinaciones de colores pero no un solo color, c) una simple letra o numero al menos que tenga un grafico o algún estilo especial de distintivo que sean marcas cursivas que tenga colores o símbolos, d) la designación común del producto o servicio, la marca sillas para huevos, no puedo registrar la palabra liquida para gaseosas, palabra cómodo para camas .



Luego en el art. 9 que están las Marcas Inadmisibles por Derechos de Terceros ahí esta el ejemplo de las marcas notorias y famosas, las marcas en tramites o registradas a favor de terceros; aquí pueden haber dos elementos esta que alguien haya presentado una marca similar o idéntica a su marca con anterioridad a usted siempre y cuando sea dentro de la misma clasificación del arreglo de Niza o que ya tenga registrado una marca antes de usted.

- **OPOCISION A MARCAS DE DIFERENTES CLASES**

En este caso, pero que sean productos relacionados de la misma naturaleza por ejemplo que alguien tenga registrado una marca para servicios de computación y se quiera registrar la marca para computadoras no están dentro de la misma clasificación, una esta en la clase de servicios y la otra en la clase de productos sin embargo como son bienes y servicios relacionados se tiene la facultad de oponerse ya que puede causar una confusión en el publico consumidor. (Art. 16. b LMSD)

La Coexistencia Marcaria muchas veces habían problemas de que se quería registrar una marca venia el registrador y decía se declara sin lugar por existir una marca similar con anterioridad a la suya y que pertenece a la misma clase. Se le comunicaba a la persona y así se sabia o conocía quien era el dueño de esa marca anterior, sabia si el le podía dar permiso para que registrara la suya, (Art. 14 inc. 4° LMSD) la ley dice que podrá permitirse la coexistencia de las marcas semejantes cuando exista un acuerdo por escrito entre las parte interesada, salvo que tal coexistencia causare confusión en el publico, este articulo lo que dice es que no todas las coexistencias son admitidas por el



registrador, algunas coexistencias que pueda causar confusión en el publico que podría causar algún daño en el publico consumidor no son admitidas . por ejemplo en el supuesto de unas marcas outobien y outobenen no son marcas idénticas y resulta que outobien se pone de acuerdo con el dueño de outobenen para poder registrar su marca para poder amparar productos farmacéuticos.

- **OPOSICION CONTRA UN TRAMITE REGISTRAL**

Una vez que el registrador ha verificado de que la marca cumple con los requisito de forma y fondo se hace el estudio de ver si no hay marcas similares o idénticas y no cae en una de las prohibiciones, emite un edicto que es publicado en el Diario Oficial y en un Diario De Mayor Circulación Nacional , el plazo de oposición contra un tramite va contar desde la fecha que se publico en el diario oficial mas dos meses, dentro del termino de dos meses cualquier persona que se sienta que tiene un mejor derecho, que la maraca es similar o idéntica y que lo puede perjudicar tiene el derecho de oponerse contra ese registro, cuenta con sesenta días para oponerse, también puede oponerse en productos de diferente clase pero que sean de la misma naturaleza, presenta su oposición, comprueba su personería, sin embargo en ese momento no cuenta con las pruebas respectivas , basta con que se comprometa a presentarlas dentro de un plazo de sesenta días, y una vez presentada la prueba respectiva o idónea tales como certificación del registro etc. Éste tiene un plazo de treinta días para resolver. (art. 16 LMSD)

- **PLAZO DE RENOVACION DEL REGISTRO**



El plazo de renovación del registro de las marcas es de 10 años contados a partir de la emisión del certificado de título correspondiente estos diez años son renovados por periodos similares siempre y cuando se realiza el trámite y el pago de renovación correspondiente, dentro del año anterior a la fecha de vencimiento del registro y en caso de no poder hacerlo se le da un Plazo de Gracia de seis meses. Siempre y cuando se pague una multa del treinta por ciento de interés y los subsiguientes meses el 100 por ciento a la tarifa (Arts. 21 -22 LMSD)

Si por algún motivo o por algún acuerdo con otra tercera persona no desea tener la misma cantidad o los mismos productos o servicio amparados por la marca puede limitarlos en el periodo de renovación lo que no puede hacer es ampliarlo si así lo desea tiene que presentar una nueva solicitud con esos nuevos productos o servicios y no se publican en el Diario Oficial, una vez admitida el registrador hace la marginación correspondiente y otorga la renovación, sin embargo hay una excepción que esta en el art. 112 y es que si debe de publicarse las marcas registradas de conformidad con la ley de marcas antigua para el caso de que alguien quiera oponerse a ese registro. Oposición que no es administrativa como en el trámite normal si no que es una acción judicial ya es un proceso judicial. Una vez que estas marcas registradas de acuerdo a la ley anterior han sido renovadas de acuerdo a la nueva ley entonces las subsiguientes renovaciones que hagan necesitaran la publicación.

- TRAMITE DE TRASPASO



Los requisitos del trámite de traspaso de marcas están en el art. 32 y no es necesario hacer la publicación en el Diario Oficial de las transferencias ya que se pueden traspasar solicitudes del registro a diferencia puede tener la marca en trámite y puede hacer el traspaso inmediatamente a una tercera persona.

También se puede transferir la marca respecto a uno dos tres o todos los productos, es decir si no quiere transferir la marca para todos los productos que tiene puede hacer una admisión y solo transferirlos para los que acuerde con el adquirente. (Arts. 31- 32 LMSD).

El procedimiento para el registro de cambio de nombre y domicilio que es cuando el titular de una marca cambia su nombre, su razón social debe notificar al registro que es la entidad que da publicidad a la información objetiva registral de la marca. No hay que publicar simplemente hay que acreditarlo con el documento respectivo en el que conste el cambio de nombre o domicilio. (Art. 37 LMSD).

- **EL ABANDONO DE LOS TRAMITES**

Si no impulsa los trámites dentro de un término definido el registro le va tener por abandonada esa marca y tendrá que presentar una nueva solicitud (art. 80 la solicitud del registro se tendrá por abandonada y caducaran de pleno derecho si no se insta su curso dentro de seis meses contados desde la última notificación .

- **ALCANCE DEL DERECHO DE PROPIEDAD**



La propiedad de Signo Distintivo solo se adquiere con su registro no por su uso la única excepción es el nombre comercial que si la ley le otorga un derecho a partir de su primer uso en el comercio,

- **ACCIONES POR INFRACCION DE DERECHO**

El art. 39 contempla la nulidad del registro y se puede pedir en los casos que la marca o el Signo Distintivo haya incumplido con las prohibiciones del art. 8 y 9. Hay un periodo de prescripción para que usted pida la nulidad del registro de las marcas solo en el caso de las prohibiciones del art. 9 es decir de los derechos contra terceros. La nulidad no prescribe en los casos de las prohibiciones del art. 8 que es las prohibiciones de ser genérica de uso común, es decir si han pasado 10 años y alguien registro la bandera de El Salvador para amparar jeans su plazo de nulidad no prescribe cualquier persona interesado puede venir y pedir la nulidad de ese registro, y cuando haya actuado de mala fe.

- **ACCIONES Y SANCIONES POR INFRACCION DE DERECHO**

En el Art. 90 se regulan las medidas que pueden ser ordenadas en caso de infracción las cuales pueden ser diferentes como por ejemplo la suspensión de importación de un producto que lleve una marca infractora, también puede solicitar el retiro del producto del mercado, puede pedir el decomiso, puede pedir la tapa de producto, puede pedir indemnización por daños y perjuicios que le ha causado esa infracción marcaria y se calculara la indemnización por daños y perjuicios (Art. 91LMSD).



Puede hacer uso de medidas precautorias (Art. 92 LMSD) que son aquellas medidas que pueden hacerse previo a una acción judicial, simultáneamente con una acción judicial o posterior a ella, que medidas que se utilizan generalmente para no perder la prueba o para asegurar que no se este cometiendo un delito por ejemplo tiene conocimiento que una persona esta infringiendo los derechos registrados de una marca , para que esta persona no se de cuenta que va iniciar un juicio contra el puede pedir una medida precautoria previa por ejemplo que le decomisen el producto y ese producto se utilice como prueba para la acción judicial, cuenta con 15 días para presentar la demanda, si no lo hace las medidas precautorias se tienen sin lugar y se dejan sin efecto.

Las medidas pueden ser la cesación de la infracción, el secuestro de los productos objeto de la infracción, suspender la importación o exportación de los productos, es decir un juez manda una orden a la aduana para que no deje entrar esos productos que están infringiendo los derechos o que no salgan del país y así mismo se puede pedir la restitución de una fianza u otra garantía para pagarle mensualmente la indemnización de daños y perjuicios que le ha causado.

Otro tipo de acción que se puede iniciar contra un infractor el cual es la suspensión a la importación o la exportación no necesariamente tiene que estar atado a una medida precautoria puede ser una acción independiente que puede realizar a diferencia de la medida precautoria en este se tiene un plazo de diez días para presentar la demanda ante los tribunales correspondientes. (Art. 97 LMSD)



2.2.5.3 LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR

El Salvador un país por excelencia de consumidores, y no por eso un Estado proteccionista de estos, se encuentra inmerso en una serie de transformaciones que no necesariamente se han traducido en beneficio para la colectividad; y al referirnos a cual a sido la protección que en el marco jurídico comercial éste a brindado a aquellos, la respuesta es superficial, pese a que éste al igual que los propietarios de los distintivos comerciales ostentan una gama de derechos establecidos, incluso en la constitución aunque no de forma expresa como si lo esta los derechos de la propiedad intelectual, pero si se encuentran inmerso en los principios básicos que toda persona posee dentro de la Republica, siendo precisamente el derecho a la libertad de poder elegir el producto que desea, sin que por medios fraudulentos le sea viciado su consentimiento de elección.

En los casos de distintivos comerciales es el respeto a la capacidad de distinción que debe tener el consumidor de uno y otro producto y así elegir el que mas le parezca y mas garantía le ofrezca, diferenciándolos de otros que se les asemejan exteriormente. ¿Qué debe proteger la ley? Para el consumidor, ese respeto significa la garantía sobre la proveniencia u origen del producto que se adquiere.

Así que con el objeto de proteger mas eficazmente al consumidor de fraudes o abusos en el comercio y fomentar la libre competencia y brindar a los consumidores los



derechos necesarios para que ejerzan su legítima defensa ante los actos que se puedan suscitar en contra de estos, por las imperfecciones del mercado y el actuar de la delincuencia económica es que se decretó en marzo de 1996 la LEY DE PROTECCION AL CONSUMIDOR⁷⁵ que en su Art. 1: expresa:

“La presente ley tiene por objeto salvaguardar el interés de los consumidores, estableciendo normas que los proteja del fraude o abusos del mercado”

Art. 2: determina quienes son los sujetos para efectos de esta ley “ los comerciantes, industriales, prestadores de servicios, empresas de participación estatal, organismos descentralizados y los organismos del Estado en cuanto desarrollen actividades de producción, distribución o comercialización de bienes o prestación de servicios públicos o privados a consumidores”

El Art. 5 en el literal g prohíbe la importación de todo tipo de productos cuya comercialización se encuentre prohibida en su país de origen establecido como una forma de protección al consumidor local.

En el Art. 6, en el literal f, establece la prohibición de la publicidad engañosa al expresar todo tipo de información o comunicación de carácter comercial en que se utilice texto, diálogo, sonido, imágenes o descripciones que directa o indirectamente,

⁷⁵ www.jurisprudencia.gob.sv. 01- 07- 2003



incluso por omisión, pueda inducir a engaño, errores o confusiones al usuario o consumidor.

La ley prohíbe por una parte el uso de información falsa con el objeto de atraer al comprador, pero a la vez garantiza la preferencia del consumidor sin viciar su consentimiento.

El Art. 17 establece “en la publicidad que se haga de los productos o servicios ofrecidos se prohíbe la inclusión de cualquier dato falso, que pueda inducir a engaño con relación al origen, calidad, cantidad, contenido, precio, garantía, uso o efectos de los mismos”

Ejemplo de ello sería vender un producto se dice es japonés cuando en realidad es de Taiwán o China.

De ahí que entonces en El Salvador los distintivos comerciales desempeñan una función importante en la preferencia o no del consumidor a ciertos productos que por sus marcas algunas veces ampliamente conocidas le garantizan larga durabilidad, existiendo así mismo una especie de comunicación entre el titular de los derechos de la propiedad industrial (dueño de la marca o distintivo comercial) y el consumidor.

A quien a través del distintivo comercial le garantiza su durabilidad y calidad, así por ejemplo, puede entenderse el caso en que una persona joven desee adquirir un equipo de sonido, se dirige al centro comercial y compra entre todos los estereos que haya el de la marca Sony, pues para él esa es una marca reconocida que le garantiza



su durabilidad y calidad, no obstante puede suceder el caso que todos los demás equipos de sonido que ahí se encontraban pudieran haber tenido las mismas características que el equipo comprado marca Sony; lo que estableció la diferencia para el consumidor fue precisamente la marca que funciona como un distintivo comercial, cuya frase Sony lo distingue inmediatamente de otras tantas ahí existentes.

2.2.6 INSTITUCIONES ENCARGADAS DE LA PROTECCION DE LOS SIGNOS DISTINTIVOS

2.2.6.1 ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (OMPI)

La OMPI fue establecida en 1970 y en 1974 pasó a ser organismo especializado de la ONU. Su finalidad es preservar y aumentar el respeto hacia la propiedad intelectual en todo el mundo y fomentar el desarrollo industrial y cultural, estimulando la actividad creadora y la transferencia de tecnología.⁷⁶ La Organización divulga información y mantiene registros internacionales y otras formas de cooperación administrativa entre sus 175 Estados Miembros, además de asegurar la cooperación administrativa entre las diferentes uniones establecidas para proteger los derechos de propiedad intelectual.

⁷⁶www.OMPI.com. 20 -10 - 2003



Las principales uniones con tal fin son:

- La Unión Internacional para la Protección de la Propiedad Industrial (Unión de París)
- La Unión Internacional para la Protección de las Obras Literarias y Artísticas (Unión de Berna)

La propiedad intelectual abarca dos campos:

- La propiedad industrial: relacionada con inventos y otras patentes sobre inventos, marcas registradas, diseños y nombres por mencionar algunos
- Los derechos de autor de obras literarias, musicales y artísticas, películas, actuaciones, interpretaciones y fonogramas

La OMPI administra 15 tratados internacionales sobre propiedad industrial y 6 relacionados con derechos de autor

La Organización cuenta con tres órganos rectores que establecen cada dos años el programa y el presupuesto de la Organización:

- **Asamblea General:** está integrada por los Estados miembros de la OMPI que a su vez son miembros de la Unión de París o la Unión de Berna. Estos miembros se reúnen cada dos años



- **Conferencia:** también está integrada por todos los Estados miembros y se reúne cada dos años
- **Comité de coordinación:** está integrado por 72 miembros que se reúnen anualmente

La OMPI cuenta con 765 funcionarios y su presupuesto para 2000-2001 fue de 48 millones de dólares.

Los inversionistas pueden contar con El Salvador para proteger sus derechos de propiedad intelectual. El país es miembro de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), el Tratado de Paris para la Protección de Propiedad Industrial, y el Tratado Berna para la Protección de Trabajos Artísticos y Literarios (relativos a la propiedad intelectual), y de los dos nuevos Tratados de la OMPI, WCT y WPPT (en cuanto a la protección de interpretaciones artísticas e informáticas)⁷⁷. El Centro Nacional de Registros es el responsable de registrar las patentes, marcas, lógos comerciales, y derechos de autor.

⁷⁷ www.jurisprudencia.gob.sv. 21 – 10 – 2003



2.2.6.2 CENTRO NACIONAL DE REGISTROS

MISIÓN

Administrar, regular y proveer información oficial registral, inmobiliaria, mercantil y de propiedad intelectual en materias geográfica, cartográfica y catastral contribuyendo a la seguridad jurídica.

VISIÓN

Corporación especializada, de prestigio, moderna, con calidad certificada autosostenible. Este realiza los procedimientos registrales a través del **Registro de Comercio**⁷⁸ que tiene como fin primordial Proporcionar información especializada en las áreas mercantil y de propiedad intelectual, así como la prestación de servicios registrales en dichas áreas, garantizando la seguridad jurídica, mediante la aplicación de la legislación nacional e internacional, con servicios de calidad en forma oportuna, eficiente confiable.

El Registro de Comercio es una oficina administrativa en la que se inscriben matrículas de comercio, patentes de invención, marcas de fábrica y de comercio y demás distintivos comerciales, nombres comerciales, derechos reales sobre naves, derechos de

⁷⁸Actualmente el Registro de Comercio forma parte del Centro Nacional de Registros, creado por Decreto Ejecutivo No.62 del 5 de diciembre de 1994; como resultado del proceso de modernización del Estado, que impulsa el Gobierno de El Salvador. www.cnr.gob.sv. 21-10-2003



autor y los actos y contratos mercantiles, balances generales, así como documentos sujetos por la ley a esta formalidad.

Por lo tanto la administración y Registro de la propiedad industrial y en específico los Distintivos Comerciales estará a cargo de la Dirección de la Propiedad Intelectual que es una dependencia del CNR⁷⁹. (Art. 104 Ley de Marcas y otros Signos Distintivos) El registro de los Signos Distintivos le llevara en libros o por cualquier medio electrónico conocido o por conocerse. Esta es la Institución responsable de proteger los derechos de Propiedad Intelectual, a través del Registro de Patentes, Marcas y otros signos distintivos, el Registro de Actos y Contratos de Derechos de Autor y Derechos Conexos, y el Depósito de Obras Artísticas y Literarias , aplicando la Legislación Nacional e Internacional, proporcionando información especializada y optimizando la calidad de los servicios que prestamos; así como la Promoción difusión y desmitificación del sistema de Propiedad Intelectual, a fin de estimular la creatividad el desarrollo del comercio y la industria y de las pequeñas y medianas empresas del país.

Entre los servicios que brinda se encuentran:

- Información tecnológica
- Asesorías gratuitas en materia de Propiedad Intelectual
- Propiedad Intelectual para las PYMES

⁷⁹ www.cnr.gob.sv. 21 – 10 - 2003



- Servicios de inteligencia competitiva, entre otros .

2.2.8 ENFOQUE CRIMINOLOGICO

El estudio de los distintivos comerciales en la legislación penal, amerita un cuidadoso abordaje dedicado a incluir dentro de su universo los mas variados aspectos que concierne a la parte legal, pero también a la criminología por encontrarse ante un tipo de delincuencia que se a dado en llamar “DELINCUENCIA ECONOMICA” que es una expresión que alude a la denominada “DELINCUENCIA DE CUELLO BLANCO”, cuyo origen como campo de investigación social es bastante reciente (1940)⁸⁰ circunscrita a las infracciones lesivas de orden económico cometida pro personas en su generalidad de alto nivel socioeconómico.

Tradicionalmente el fenómeno criminal solo ha sido basado dentro de ciertas características del autor del hecho como son: las físicas o psicológicas de aquellas personas de recursos económicos mas bajos o marginales, pero es claro decir que el fenómeno criminal no es patrimonio de los pobres y marginados, sino que, el mismo se produce en todos los niveles de la sociedad independientemente de las condiciones económicas del autor. El tipo de criminalidad económica se encuentra vinculada a los negocios, grupos de poder económico y por lo tanto a la organización del delito o por lo menos a su planeación y ejecución en el filo de la legalidad-ilegalidad.

⁸⁰ www.lineasjurisprudenciales.com. 01-07-2003



La delincuencia económica y con ella las imperfecciones del sistema cierran por completo el acceso a los medios aprobados para alcanzar las metas que la sociedad determina como fines, manteniendo así vigentes los vicios o estigma del sistema capitalista que el que nace pobre debe morir pobre, lo que provoca que sea en los estratos mas débiles de la sociedad donde se ejerce la presión mas fuerte así la conducta delincencial, los fines que determina la supraestructura de la sociedad ejerce presión sobre los individuos proponiéndose estos fines y metas a alcanzar; cuando en realidad la misma sociedad no es capas de garantizarlas “se dice todos tenemos acceso a los medios” pero al salir a la búsqueda de esa superación, los conceptos discrepan y se es imposible alcanzar esas expectativas, pues el sistema se cierra.

La delincuencia económica ostenta la posición de hombres de negocio, unido a la tendencia contraria al castigo rodean a los mismos de una cubierta de impunidad.

En nuestra sociedad solo es delincuente aquel que es definido como tal, siendo así estigmatizado, perdiéndosele la confianza y todo crédito, lo contrario sucede cuando nos referimos a la delincuencia económica pues estos ni son estigmatizados, ni se les pierde el crédito de ser personas honestas y muy educadas, y confiables.

Los operadores del sistema penal de acuerdo a reglas previamente determinadas de cómo funciona el sistema de justicia contribuye a la formación de ese grupo privilegiado que goza de impunidad so pretexto de proteger la actividad económica de evidente dañosidad social, entonces el autor de la delincuencia económica es considerado antes muy inteligente y dinámico, que criminal o indigno de confianza. Así



que la delincuencia económica prepara su escenario en cada una de las dimensiones en que pueda verse involucrado valiéndose para ello del poder que ostenta en el momento legislativo, este privilegia soluciones no represivas o en todo caso si se trata del derecho penal, rodea la operatividad concreta de la represión de requisitos, de forma, de prueba, de orden dogmático, en general imposible de satisfacer en el momento de las actuaciones judiciales, operadores del sistema penal, la inmunidad de estos grupos actúa mediante la esterilización de esos mecanismos materiales y procesales o por miedo o admiración de los encargados de aplicar la ley en relación a los empresarios de prestigio, observando así entonces una homogeneidad de clases entre legisladores, funcionarios, jueces, comerciantes y empresarios.

El otro factor de inmunidad que para efectos de la presente investigación cabe destacar es la naturaleza difusa o colectiva de los bienes jurídicos protegidos, en los distintivos comerciales para las víctimas por ser en masa. Ejemplo no existencia de productos baratos en el mercado, distintos artículos de mala calidad dejando en evidencia el dominio de unos hombres por otros; determinando que ilícito deben ser perseguidos, pero además que tipo de sujetos deben ser objeto de persecución penal.

En algunos textos de criminología se llega a la conclusión que es el sistema capitalista el que da origen a la criminalidad; las oligarquías del mundo solo han podido ser tales siendo criminales por excelencia, no obstante en todos los centros carcelarios del mundo actual la población carcelaria es de población proletaria y marginal.



2.2.8 ENFOQUE ECONOMICO

La Constitución de la Republica regula el Orden Económico entre los Arts. 101 y 120 en donde se hace responder éste a principios de Justicia Social garantizando incluso la libertad económica en lo que no se oponga al interés social. De ahí que, la Constitución instaure la búsqueda y promoción por parte del Estado del desarrollo económico y social mediante el fomento de la productividad, la racional utilización de los recursos, la iniciativa privada y aunque no lo diga expresamente garantiza y regula la competencia económica de la cual forma parte los denominados derechos sobre bienes inmateriales.

La intervención del derecho penal, considerado como último recurso del derecho es cada vez mas frecuente ante conductas atentatorias y de gran contenido económico, lo que plantea, si los actuales tipos de nuestro ordenamiento jurídico penal, son suficientes ante una cada vez mayor complejidad del trafico mercantil, una competencial comercial mas constante, así como la existencia de grandes empresas con amplia e internacional actividad comercial, lo que hace necesario la actualización de los tipos delictivos existentes, estableciendo un cuadro de sanciones y penas severas; tanto en las privativas de libertad como en las sanciones económicas complementarias.

Todo ello, unido a una especialización en jueces y fiscales y de adaptación de medidas procesales a otras legislaciones del sistema.



En este sentido zaffaroni caracteriza este avance creciente del derecho penal como un fenómeno de fiscalización y administrativización del mismo, tratándose, en su opinión de un avance de Estado de policía sobre el estado de derecho, lo cual se ve reflejado en una proliferación de dispositivos penales.

El actual desarrollo de la vida social ha generado nuevos riesgos para los diversos bienes jurídicos, los cuales merecen una respuesta penal que el derecho clásico no pudo brindarles. En este sentido, el desarrollo de la actividad económica, expresada principalmente en la actividad comercial e industrial, se constituye, en muchas ocasiones, en fuentes de riesgo penal para los distintos objetos de tutela.

Tal como se ha señalado no se trata de legitimar toda tendencia incriminatoria que avance irreflexible y desproporcionalmente sobre la actividad económica.

El Derecho Penal Económico puede ser definido como: El conjunto de normas jurídico - penales que protegen el patrimonio, orden económico y la normal distribución de bienes y servicios a consumidores.

El compromiso actualmente alcanzado a nivel constitucional, tratados y leyes entre la iniciativa pública y la privada, la defensa de valores patrimoniales, individuales y de otros valores de carácter publico, colectivo o difuso permite concebir el orden económico desde dos perspectivas distintas dando lugar a dos concepciones del derecho penal económico: Derecho Penal Económico en SENTIDO ESTRICTO: Es el conjunto de normas jurídico penales que protegen el orden económico entendido como regulación



jurídica del intervencionismo estatal en la Economía⁸¹. En consecuencia el delito económico es la infracción jurídico penal que lesiona o pone en peligro el orden económico como una regulación jurídica del intervencionismo estatal en la economía de un país.

Desde una perspectiva AMPLIA se define el derecho penal económico como el conjunto de normas jurídico penales que protegen el orden económico entendido como regulación jurídica de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios⁸². En esta concepción el orden económico se presente como un objeto de protección de segundo grado detrás de intereses patrimoniales individuales. Así delito económico en sentido amplio es aquella infracción que, lesionando o poniendo en peligro un bien jurídico patrimonial individual, afecta en segundo término la regulación jurídica de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios. En este grupo se incluyen los delitos de Violación de Distintivos Comerciales.

El legislador ha ubicado los delitos contra la Propiedad Industrial dentro de los delitos que afectan al Orden Socioeconómico del país, esto nos invita a determinar si dicha clasificación ha sido realizada correctamente con respecto al verdadero Bien Jurídico protegido por el Ordenamiento Jurídico salvadoreño. Para ello es necesario que se analice la expresión "Orden Socioeconómico". Esta surge dentro del llamado derecho penal económico.

⁸¹ Patricia Faraldo Cabana. Los delitos societarios. Aspectos Dogmático y Jurisprudenciales. Edita tirant Lo Blanch. Valencia 2000. pag. 30

⁸² Ibid. Pag. 31



Este derecho se ha relacionado con la noción de los delitos contra la economía que busca la tutela de los intereses patrimoniales individuales, pero también se dirige en contra de los interés supraindividuales, sociales o colectivos de la vida económica.

Al ubicar los delitos contra la propiedad industrial dentro de los que afectan al orden socioeconómico, se puede deducir que nuestro legislador considero que: los comportamientos que atentan contra la propiedad industrial lesionan la norma de intervención del estado en la vida económica, que concede este monopolio y el interés individual que de ella emana. Esto se debe a que se ha considerado en la doctrina que el orden socioeconómico como objeto de protección puede verse en dos sentidos: Estricto: puede entenderse como la participación estatal en la economía; En sentido Amplio, como el conjunto de normas protectoras de la producción, distribución y consumo de bienes y servicios.

En este ultimo sentido, sostiene Vives Antón y otro que puede entenderse que también seria alterado el orden socioeconómico cuando una infracción contra un bien patrimonial individual lesione o pone en peligro además o en segundo termino, la producción, distribución o consumo de bienes y servicios.

2.2.10 BIEN JURIDICO Y FIN DE LA NORMA

El sector de la realidad donde debe operar el ilícito penal que sanciona las infracciones contra la propiedad industrial y en ella las cometidas contra los distintivos



comerciales es el sistema de la economía; el cual está enmarcado dentro del estado de derecho.

Además el derecho penal no solo debe responder a los ataques de bienes jurídicos particulares, sino también a los que atenten contra el orden socioeconómico, establecido por el Estado para garantizar una digna calidad de vida a sus habitantes, es aquí donde surge una disyuntiva muy predominante a nivel doctrinal, cayendo no pocas veces en errores de interpretación de la materia.

Esta disyuntiva abarca dos conceptos que son dados a confundirse entre si: Bien Jurídico Y Fin de la Norma (Ratio Legiss).

Autores como Vives Antón y otros han distinguido entre el bien jurídico protegido por la norma y la finalidad objetiva perseguida por la misma. Ellos afirman que en ocasiones se protege un determinado bien jurídico en aras de la obtención de ciertos resultados más o menos conectados con él. Se afirma que las razones motivadoras de la incriminación, no necesariamente coinciden con los bienes jurídicos protegidos.

Esto permite explicarse por que el legislador ubicó el delito de Violación de Distintivos Comerciales (propiedad industrial) dentro de los denominados delitos socioeconómicos, en lugar de ubicarlos dentro de los delitos contra el patrimonio tal como se estableció en el código penal de 1974.

A nivel mundial muchos estados han ido transformando sus estructuras jurídicas, incluyendo sus ambientes socioeconómicos en donde de un modelo liberal se pasa a un



modelo social; así, los distintivos comerciales que forma parte del esquema económico comercial de una sociedad deja de tomarse en cuenta como un interés de los comerciantes o industriales y pasa a ser considerado como de interés de los consumidores y de interés publico del Estado.

Hechas las anteriores aclaraciones podemos aplicar la distinción entre bien jurídico y fin de la norma a la infracción de signos distintivos, ya se menciona sobre la función tutelar del Estado sobre el orden socioeconómico de manera que permita el desarrollo que los individuos que la conforman en un ambiente de libertad económica, pero subyugada al interés social, es decir, que el interés general implica una finalidad mas alta que el interés individual.

Así podemos distinguir dos niveles de protección atendiendo a la mediatez o inmediatez del objeto pretendido por el Estado. El primero es la finalidad última de la protección; en este caso, es la tutela del interés general que engendra la protección a la propiedad industrial, pues con la concesión que implica un derecho de esta naturaleza (distintivos comerciales) se persigue asegurar la libre competencia y beneficiar al mercado en su totalidad. Si un titular de un distintivo comercial se ve afectado en sus derechos subjetivos, medianamente se esta atentando contra la colectividad ya que no existe un sistema de garantías que respalde la calidad del producto y para el titular un sistema de seguridad jurídica. El segundo implica una protección mas especifica y directa la cual se traduce en la protección del interés particular del titular del derecho de exclusiva individualmente considerado.



El estado salvadoreño reconoce a la persona humana como el origen y el fin de su actividad⁸³ es decir que reconoce al individuo como su razón de ser y en ese sentido lo protege de cualquier violación a sus derechos esenciales dentro de los cuales se encuentra el derecho a la propiedad, y sea de bienes materiales o inmateriales. Por tanto se puede afirmar que la protección del interés general que para el caso es la protección del orden socioeconómico se convierte en la finalidad de la norma. Ahora bien no se puede pretender creer que solo las normas que tutelan la propiedad industrial son exclusivas a fin de obtener la protección del orden socioeconómico predeterminado en la constitución de la Republica.

Existen mucho otros objetos tutelados por el derecho que también sirven para mantener un equilibrio en el orden deseado tales como las que sancionan la competencia desleal, los derechos de autor, la publicidad engañosa en contra de los consumidores.

Como se puede apreciar existen diversos objetos que coadyuvan a la protección del orden económico, ya que cada uno de ellos logra una protección inmediata o concreta con respecto a los individuos; para el caso la Violación de Distintivos Comerciales hace referencia a derechos que recaen sobre los bienes inmateriales que permiten su explotación de forma exclusiva o monopolica, lo cual implica, además del derecho moral sobre la creación un derecho de carácter económico individual que forma parte del patrimonio de una persona natural o jurídico, y que se convierte en el bien

⁸³ Art. 1 Cn



jurídico que se intenta salvaguardar, y no como lo establece Busto Ramírez que el bien jurídico protegido en este delito sea “ el conjunto de reglas económicas que configuran un determinado orden económico del estado, que resulta fundamental para la satisfacción de las necesidades de todos los miembros del sistema”⁸⁴.

La titularidad del objeto forma permanece en manos de los particulares, si bien determinadas limitaciones que se imponen en el mismo contenido del derecho son frutos de su inmediata repercusión en los intereses generales y de su supeditación a los mismos.

Lo que si es claro es que ambos niveles de protección se complementan; con la protección del interés individual (Bien jurídico), se logra alcanzar la finalidad más general que es el orden socioeconómico (fin de la norma), y asegurando este último, se consigue mantener la seguridad jurídica suficiente para seguir incentivando e innovando el sector comercial e industrial del país.

Tal y como sostiene la doctrina mayoritaria Dinarte y Otros el bien jurídico protegido debe identificarse con el derecho de uso o explotación exclusiva de ese objeto (distintivos comerciales) amparado con un título de propiedad industrial, previamente inscrito en el registro respectivo.

⁸⁴ Comentarios del Código Penal de 1995, coordinado por Tomas S. Vives Antón, Volumen II. Editorial Tirant Lo Blanch. 1ª . Edición, Valencia, 1996. Pág. 1110



2.2.10 NECESIDAD DE PROTECCION PENAL

Al momento de elaborar una ley penal, el legislador debe tomar en cuenta que la misma se convierte en la ultima herramienta estatal para lograr el control social que el Derecho busca en la sociedad. Esto se conoce en doctrina como el Principio de Mínima Intervención, que sujeta la aplicación de la intervención coercitiva que caracteriza al Derecho Penal, únicamente cuando se lesiona o pone en peligro bienes jurídicos importantes, dejando a las otras ramas del Derecho como el civil y administrativa que controlen los comportamientos mas leves que transgredan el orden jurídico. De este principio se desprenden dos consecuencias importantes para el Derecho Penal:

- a) Su carácter Subsidiario, que establece que sólo se debe intervenir donde el ordenamiento no puede ser protegido por otras ramas del Derecho, y
- b) El carácter Fragmentario, que obliga a que la proyección penal no se refiera a todos los ataques que pueda sufrir el bien jurídico susceptible y necesitado de protección si no a los mas graves e intolerables

Así es preciso determinar si los signos distintivos necesitan ser protegidos penalmente en nuestra realidad social, ya que cualquier explotación con fines industriales o comerciales y sin la debida autorización de los titulares de los objetos protegidos por la propiedad industrial, constituye un ilícito que puede ser únicamente trascendente en el campo civil o bien constituir un verdadero delito.



A fin de establecer que debe ser tutelado civil y que debe ser penalmente protegido en necesario determinar lo siguiente: El orden civil es de carácter reparador, busca compensar o resarcir a la víctima de las consecuencias del ilícito; mientras que el orden penal de carácter sancionador, posee un efecto disuasorio de tipo general respecto a la totalidad de los individuos y a la vez busca impedir que se repita el ilícito por parte del sujeto activo y que cese en su actuación y no vuelva a cometer una actuación fraudulenta.

Debido a la importancia que revisten los signos distintivos para su titular, así como la debida protección al ámbito empresarial, como un verdadero mecanismo protector para los consumidores contra los posibles engaños en lo referente a la procedencia de los productos y servicios, el legislador ha tomado en cuenta esas lesiones a la propiedad industrial y en especial a los signos distintivos para penalizarlas y de esta manera se utiliza la acción penal para neutralizar las técnicas que atentan contra la competencia sana, leal y justa de las empresas evitando que se produzca un enriquecimiento de naturaleza ilimitada e injusta, por parte de quienes no se lo merecen, logrando de esta forma que el orden socioeconómico no sea desestabilizado por conductas fraudulentas que solo busquen el enriquecimiento ilícito; y dentro del respeto al principio de Proporcionalidad de bienes jurídicos es necesaria su protección.



2.2.11 NORMA PENAL EN BLANCO

Una de las características más representativas de los delitos económicos es la utilización de una técnica legislativa para describir los tipos que plantea un cúmulo de cuestiones comunes de notable trascendencia desde un punto de vista jurídico como desde la perspectiva dogmática.

En el ámbito del derecho penal esta técnica ha sido asociada tradicionalmente al fenómeno de las denominadas Leyes Penales en Blanco, es decir todos aquellos casos en que la ley penal se remite a otra norma extrapenal que posee asimismo el rango de ley.

Se argumenta que el empleo de la ley penal en blanco encuentra su fundamento en la existencia de una íntima vinculación de la misma con la normativa penal que le sirve de base, la cláusula penal, generalmente como la estructura de la ley, contiene la relación de penas refiriendo cada una de ella a una conducta prohibida en otros preceptos de la ley que opera como descripción típica, es decir normas abiertas total o parcialmente que remiten para ser completas y complementadas a normas de rango inferior a la ley que las contiene.



2.2.12 ESTRUCTURA DEL ILICITO VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES

2.2.12.1 ASPECTO OBJETIVO

Al hablar de la parte objetiva del tipo penal no significa que solo se contempla los objetos del mundo exterior sino que, además se tienen en cuenta otros elementos que por encontrarse situado fuera de la esfera psíquica del autor pueden comportar una valoración más allá de lo descriptivo, siendo así que éste comprende elementos descriptivos y normativos.

2.2.12.1.1 ELEMENTOS DESCRIPTIVOS

Estos son objetos del mundo exterior que el autor puede conocer a través de los sentidos sin hacer una especial valoración.

2.2.12.1.1.1 SUJETO ACTIVO

Es la persona o agente que realiza la conducta tipificada en la ley, es decir que puede ser cualquier persona, ya que existen algunas conductas típicas que no pueden ser realizadas por cualquiera sino por los que reúnan ciertas calidades especiales.



En el Delito en estudio no distingue ni califica a un grupo determinado de personas para cometerlo por lo que el sujeto activo puede ser cualquier persona, inclusive los titulares cuando estos han concedido los derechos de explotación y los licenciatarios de un distintivo, cuando la conducta sobrepase las facultades acordadas en la licencia.

Resulta importante estudiar la comisión del delito cuando es realizado dentro del mundo empresarial, dando lugar a la aplicación del Art. 38 CP, en donde se penaliza la actuación como directivo o administrador de una Persona Jurídica por actuaciones ilícitas de la persona social.

Celso Delmato considera que la Persona Jurídica no comete delito ya que únicamente el hombre puede realizar crímenes, de la misma manera que solo a él se le puede imponer penas⁸⁵. Sostiene su posición en que una persona jurídica no puede actuar dolosa o culposamente ya que le faltan los elementos psicológicos del ser humano imprescindibles para delinquir, sin embargo a fin de evitar que los hombres burlen su responsabilidad penal a través de la actividad delictiva de las personas jurídicas por carecer de capacidad activa es necesario recaer dicha responsabilidad en las Personas Naturales que deciden actuar en nombre de las mismas.

Una Persona Jurídica puede ser la responsable, pero no culpable de la comisión de un delito aunque la acción delictiva sea cometida por individuos, esto sucede cuando las trasgresiones son practicadas en su nombre. Para que la persona jurídica sea

⁸⁵ Celso Delmato. Delitos de Concurrencia Desleal. Editorial Desalma Buenos Aires, 1976. Pág. 96



responsable es necesario que se haya determinado actuar ilícitamente por parte de los que dirigen o administran la sociedad, es decir los titulares del poder de decisión deberán responder por los actos atribuidos a la Persona Jurídica.

2.2.12.1.1.2 SUJETO PASIVO

Es el titular del bien jurídico protegido en cada caso concreto y que puede resultar no perjudicado con la conducta del sujeto activo.

La condición del sujeto pasivo en los supuestos de infracción de la violación de distintivos comerciales corresponde en principio a la persona física o jurídica que sea titular registral de los derechos amparados por la propiedad industrial, causahabiente o cesionario.

Solo puede ejercer la acción contra las conductas que afectan a un signo distintivo aquellas personas que lo tengan inscrito en el Centro Nacional de Registros en la Sección de Propiedad Intelectual, o que posea el derecho o licencia de explotación.

La propiedad de un signo distintivo se obtiene mediante el registro y el derecho al uso exclusivo es consecuencia de la inscripción a favor del titular.

2.2.12.1.1.3 ACCION

Los hechos punibles solo pueden ser cometidos por acción u omisión Art. 19 CP.

Acción: Es todo comportamiento humano externo, dominado por la voluntad dirigido a la consecución de una finalidad.



La acción viene regida por un verbo rector que es una concreción de una conducta prohibida, que constituye la conducta típica del tipo penal.

Dentro de los comportamientos que el legislador considero contrarios a la legal explotación exclusiva de un distintivo comercial se encuentra la reproducción, imitación, modificación o utilización de cualquier modo de un signo distintivo. También considero ilícitas la posesión para comercializar y la introducción en el comercio de productos o servicios que los incorporan.

- REPRODUCIR: “realizar otra vez una cosa”⁸⁶, es sinónimo de falsificar, significando la creación de un distintivo comercial idéntico al original, que se impone dependiendo de la modalidad sobre determinados productos comercializados o servicios prestados, sobre todo si estos productos o servicios son idénticos; pero ésta debe realizarse con fines de obtener una ganancia económica, ya que la simple reproducción sobre un objeto aun siendo idéntico, si es con fines privados, la conducta no será típica. Debe entenderse que la identificación entre la marca original y la reproducida es de carácter total.
- IMITAR: “Ejecutar una cosa a ejemplo o semejanza de otro”⁸⁷. Esta conducta, es también una reproducción pero no total sino parcial del distintivo comercial. La intensidad de la imitación puede medirse según criterios cuantitativos o

⁸⁶ Cabanellas y Alcalá-Zamora. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual, Tomo II, Pág. 210

⁸⁷ Diccionario de la Real Academia Española citado por Pedro Portellano Diez. La imitación en el Derecho de la Competencia Desleal. Editorial Civitas, Madrid, 1995 Pág. 29.



cuantitativos tales como: el grado de aproximación o similitud entre la imitación y lo imitado; o la frecuencia con que se produce la imitación.

Cabanellas conceptualiza la imitación de una marca como la creación y uso público de un signo por demás parecido a otro existente acreditado por lo general, y con el que se trata de confundir y engañar a los consumidores o a la clientela⁸⁸. La imitación de un nombre comercial se limita a la utilización de uno parecido a otro previamente existente; por lo tanto Imitar es la creación de un distintivo comercial que por su parecido con el legítimo pueda inducir a confusión con éste.

- MODIFICAR: “limitar, restringir, señalar o determinar las cosas de modo que se distinguan unas de otras”⁸⁹, y en el caso específico podemos entenderla como transformar, variar o alterar los signos distintivos originales para dar la apariencia de propias sobre los productos y servicios ajenos que se distinguen. Siendo así que la alteración afecta al distintivo original de tal manera que quien realiza esta conducta, ya no busca aprovechar de la fama acreditada al distintivo, pero si logra sacar provecho de la calidad del producto o servicio amparado por el mismo, perjudicando de esta manera al titular del derecho exclusivo de explotar el distintivo sobre sus productos o servicios.
- UTILIZAR EL DISTINTIVO DE CUALQUIER MODO: Implica una referencia genérica que busca abarcar cualquier uso indebido del distintivo comercial ajeno.

⁸⁸ Cabanellas y Alcalá Zamora, Op. Cit. Pág. 340

⁸⁹ Ibid. Tomo V Pág. 439



Para ello es necesario remitirse a la ley especial Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos que en el Art. 26 estipula las modalidades ilícitas de utilizar un signo distintivo como son: Reproducir, aplicar, adherir o fijar de cualquier manera un signo distintivo, Suprimir o modificar la marca con fines industriales, usar en el comercio un signo idéntico o similar al original.

- **POSEER PARA SU COMERCIALIZACION O PONER EN EL COMERCIO:**
Se castiga aquí a quién sin haber tomado parte en la reproducción, modificación o imitación de la marca comercialice o posea con ese fin productos o servicios que impliquen una violación de los derechos de exclusividad de su titular legítimo sobre los mismos.

2.2.12.1.1.4 RESULTADO

Todo comportamiento humano se manifiesta en el mundo exterior generando efectos de tipo físico e incluso psíquico.

Para el delito en estudio es un ilícito de Mera Actividad en los cuales no interesa la producción de un resultado en el mundo exterior; sino que basta la Lesión o puesta en peligro al Bien Jurídico Protegido por la Norma para que se consume el delito.

2.2.12.1.1.5 OBJETO

Es la persona o cosa material o inmaterial sobre la cual recae la acción del agente, es decir aquello sobre lo cual se concreta la transgresión del bien jurídico



tutelado y hacia el cual se dirige el comportamiento del agente. El objeto puede ser Real o Personal.

El ilícito violación de Distintivos Comerciales son bienes inmateriales susceptibles de apropiación y consecuente explotación, para lo cual necesita que sean plasmados sobre objetos materiales y lo constituyen los diversos signos distintivos, así:

- Marca
- Nombre comercial
- Expresión o Señal de Publicidad Comercial
- Y al decir la expresión “Cualquier otro Distintivo Comercial” se entiende por lo que dispone la ley a: Denominaciones de Origen, Indicaciones de Procedencia, Emblemas y otro signo que tenga las mismas funciones distintivas e identificativas⁹⁰.

2.2.12.1.1.6 BIEN JURIDICO PROTEGIDO

Son aquellos presupuestos que la persona necesita para su autorrealización y el desarrollo de su personalidad de la vida social.

El delito de Violación de Distintivos Comerciales lo que se protege de forma directa es El derecho de uso exclusivo sobre signos utilizados en el comercio y la industria que ayudan a distinguir y a proporcionar una idea del origen de los productos

⁹⁰ Supra. Págs. 69 - 80



que utilizan; estos signos son los llamados Distintivos Comerciales, los cuales permiten que el empresario de a conocer personalmente a su establecimiento, y los productos o servicios que proporciona en el mercado.

No obstante, también de manera mediata o indirecta el orden socioeconómico, y el mercado de consumidores se ven protegidos en contra de los comportamientos que afecten las reglas del mercado.

2.2.12.1.1.7 MEDIOS

Son aquellos que sirven para llegar a cometer el delito, es decir los instrumentos para lo comisión del hecho punible. Estos pueden ser Determinados e Indeterminados.

En el Ilícito Violación de Distintivos Comerciales son Indeterminados por que no especifica el medio que será utilizado para cometer el delito.

2.2.12.1.1.8 FORMA

En el tipo penal se especifican las formas en que se consuma el delito siendo las siguientes:

- Imitación
- Reproducción
- Modificación
- Utilización del signo distintivo
- Poseer para su comercialización o poner en el comercio⁹¹

⁹¹ Supra. Págs. 146 - 148



2.2.12.1.1.9 LUGAR Y TIEMPO

En algunos tipos penales se exige la realización de la conducta prohibida en determinado lugares, para el caso no específica el lugar donde se realizara el hecho punible por lo tanto puede ser en cualquier lugar y tiempo.

2.2.12.1.2 ELEMENTOS NORMATIVOS

Son los conceptos jurídicos o aquellos en los que subyace un juicio de valor para poder ser interpretados, ya sean jurídicos, culturales o sociales. En el Art. 229 Pn son de índole jurídico los siguientes:

- Fines industriales o comerciales: es aquella voluntad del sujeto activo de colocar en el comercio valores, bienes o productos con el fin de recibir lucro a través de la venta que se haga a consumidores, con la vocación de perturbar las actividades del comercio.
- Sin el consentimiento del titular: Hace referencia a la autorización que brinda el titular de un derecho para que otra persona use o explote dicho derecho, el cual puede ser de manera formal: con una licencia o el consentimiento del mismo; o Informal: con permisos escritos o verbales.
- Reprodujere
- Imitare



- Modificare
- Utilizare⁹²
- Distintivo Comercial
- Propiedad Industrial⁹³
- Registrados: esto del registro tiene que ver con el reconocimiento que la ley hace del derecho adquirido, el cual tiene estrecha relación con el momento de nacimiento del derecho exclusivo. Existe un triple sistema para ello: a) El principio de prioridad de uso, que hace coincidir el momento del nacimiento del derecho con el de la utilización real del signo; b) el principio de inscripción registral, que resalta el momento de la inscripción en el registro de la marca; c) El principio mixto, que establece una combinación de los dos anteriores. En nuestro país se ha optado por el sistema de Inscripción Registral.

2.2.12.2 ASPECTO SUBJETIVO

Es la fase interna del tipo, en la cual se estudian los diversos elementos presentes en la conciencia del autor cuando realiza el hecho punible.

2.2.12.2.3 DOLO

⁹² Supra. Págs. 146 - 148

⁹³ Supra. Pag. 58



La conducta es dolosa cuando el agente conoce el hecho punible y quiere su realización, es decir que es el saber y el querer la realización del tipo.

El dolo esta compuesto de dos elementos: uno intelectual y otro volitivo.

- ELEMENTO INTELECTUAL O COGNOSCITIVO⁹⁴: Para actuar dolosamente, el sujeto de la acción debe saber qué es lo que hace y conocer los elementos que caracterizan su acción como típica, se requiere de un conocimiento efectivo.
- ELEMENTO VOLITIVO⁹⁵: Además del conocimiento objetivo del tipo, es necesario que el sujeto quiera realizarlo.

Para saber cuando el autor ha querido realizar el tipo en su aspecto objetivo es necesario distinguir las diversas maneras como se manifiesta la voluntad realizadora del fin, lo cual ha originado una división del dolo en diferentes clases:

- a) Dolo Directo: El autor quiere realizar la Acción Típica (Delito de Mera Actividad). El cual aparece en dos modalidades: 1) De Primer Grado, intencionado o inmediato: Es cuando la realización del tipo ha sido perseguida de manera directa por la voluntad del agente. 2) De Segundo Grado, Indirecto o Intencionado: Se presenta cuando el actor, para la realización del fin propuesto, asume los efectos concomitantes derivados de la puesta en marcha de la acción⁹⁶.

⁹⁴ Velásquez Velásquez, Fernando. Derecho Penal. Parte General. Editorial Temis S.A. Bogota Colombia. 1994. Pág. 350 y 351

⁹⁵ *Ibíd.* Pág. 352

⁹⁶ *Ibíd.*



- b) Dolo Eventual: El sujeto se representa el resultado como de probable producción y aunque no quiere producirlo, sigue actuando y admitiendo su eventual realización⁹⁷. Así se establece que hay Dolo Eventual cuando el agente ha aprobado interiormente la posible realización del tipo (teoría del consentimiento), con lo cual se pone énfasis en el componente volitivo; cuando el autor se ha representado la eventual realización del tipo como posible (teoría de la probabilidad), hace referencia al elemento cognoscitivo del dolo. Una tercera postura es que el dolo eventual se forma tanto cuando el autor se ha representado la realización del tipo, como cuando se ha conformado con ella (teoría mixta).

Las conductas típicas delictivas contra los distintivos comerciales deben ser realizadas intencionadamente, el sujeto no solo debe estar consciente que actúa con dolo sino que debe desearlo así, por ello se sostiene que existen los dos elementos; el cognitivo y el volitivo.

En este delito implica tener conocimiento de los elementos objetivos del tipo, tales como que los comportamientos son realizados sin el consentimiento del titular, la conciencia de que el objeto es ajeno y registrado, y con el fin de obtener un provecho económico a costa de los bienes inmateriales perteneciente a otra persona.

⁹⁷ Muñoz Conde, Francisco. Derecho Penal. Parte General. 2ª. Edición. Editorial Lo Blanch. Valencia 1996. Pág. 287



Solo puede darse por dolo directo; ya que; el autor del delito dirige su voluntad a realizar cualquiera de las conductas que violan un derecho registrado conforme a la ley.

2.2.12.2.4 ELEMENTOS ESPECIALES DEL DOLO

Es necesario determinar que este delito exige la concurrencia de elementos especiales del dolo; el primero de ellos hace referencia que el Ilícito se realice con “fines industriales o comerciales”, esto es que anhele obtener una ventaja económica palpable, referente a la utilización del mismo en el trafico del comercio, careciendo así de importancia los actos realizados fuera de ese contexto como lo serian los actos privados o sin animo de lucro.

2) La ausencia del consentimiento del titular del signo distintivo como requisito de relevancia penal de su utilización por un tercero

3) La Previa Inscripción registral conforme a la ley, dado que esta es la que da origen al derecho sobre el signo distintivo, debido a la dimensión socioeconómica de la creación industrial, la necesidad de dotar de seguridad jurídica al mercado.

4) La expresión “a sabiendas” contemplada en el Inc. 2º del Art. 229 Pn. Esta exigencia implica que cometerá delito quien, conociendo que los productos o servicios que intenta comercializar, incorporan o son aplicadas marcas que no les corresponden,



es decir que no provienen de su verdadero titular, acepta las consecuencia y realiza la introducción del producto o mercancía en la dinámica del mercado.

El ilícito violación de distintivos comerciales solo puede ser realizado de forma dolosa, por lo que se excluye la comisión imprudente.

2.2.13 CLASIFICACION DEL DELITO VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES

Después de haber realizado un estudio exhaustivo de la teoría general del delito en todos sus elementos se ha clasificado el tipo penal de la siguiente forma:

2.2.13.2 En cuanto a la forma de realización del acto

La Violación de Distintivos Comerciales es un Delito de Acción, definido por la teoría finalista como: la acción humana como ejercicio de la actividad final.

Entendiendo que esa finalidad se basa en la capacidad de previsión del hombre de las consecuencias posibles de su obrar pudiendo, proyectar fines diversos y dirigir su actividad conforme a un plan para la consecución de los mismos.



Así que el Art. 19 Pn. Establece que los hechos punibles pueden ser realizados por acción, se refiere a una acción libre y conciente, es decir que debe ser realizada con conocimiento, voluntad y en pleno uso de sus facultades; razón por la cual el ilícito antes mencionado es un delito de acción por existir una acción libre y voluntaria por parte del sujeto activo, para la realización del mismo.

2.2.13.2 Con relación a la gravedad del delito

El ilícito de Violación de Distintivos Comerciales es un delito Menos Grave, ya que según el Art. 18 Pn. Atendiendo primordialmente al nivel de gravedad alcanzado por el ataque del bien jurídico, los delitos pueden ser graves y menos graves: graves los sancionados con pena de prisión cuyo limite máximo exceda de tres años y multa cuyo limite máximo exceda de doscientos días multa, haciendo una interpretación en contrario los delitos menos graves son los sancionados con pena de prisión cuyo limite máximo no exceda de tres años y multa cuyo limite máximo no exceda de doscientos días multa, y en el delito de Distintivos Comerciales la sanción es de uno a tres años de prisión.

2.2.13.6 En cuanto a la forma de responsabilidad



El tipo penal es Doloso, porque en el hecho se manifiesta el conocimiento y voluntad por parte del sujeto activo de comprender lo ilícito de su acción y realizar el tipo penal.

Este conocer y querer lo constituye la actuación del sujeto con “fines industriales o comerciales” expresados en el Inc. 1° del Art. 229 Pn. Y la expresión “a sabiendas” del Inc. 2°.

2.2.13.7 Atendiendo al Bien Jurídico Protegido

La violación de distintivos comerciales, es un delito Pluriofensivo, porque lesiona al mismo tiempo varios bienes jurídicos.

Siendo en su primer orden de protección el patrimonio o la propiedad inmaterial de los ciudadanos o extranjero, la estabilidad socioeconómica y por ultimo el consumidor.

2.2.13.8 Atendiendo a las cualidades del sujeto activo

El ilícito de violación de distintivos comerciales es un Tipo Común porque al sujeto no se le exige ninguna condición especial para ejecutar la conducta descrita



pudiendo ser realizada por cualquier persona, como lo expresa el Art.229 Pn. Con las expresiones: “El Que...” y “Quien.....”

2.2.13.6 En atención al numero de sujetos activos y participes en el cometimiento del delito

El delito en estudio es Monosubjetivo o Unipersonal, porque basta con la participación de un solo sujeto para realizar las conductas descritas en el tipo penal.

En el Art.229 Pn. Se regula: “El que con fines industriales y comerciales, y sin el consentimiento del titular....”

Inc. 2º. “...Quien a sabiendas...”

2.2.13.7 Atendiendo a la Estructura del tipo

Es un ilícito Compuesto Mixto por que describe una pluralidad de conductas y basta con realizar cualquiera de las modalidades para que se configure el tipo.

En el Art., 229 Pn. Inc. 1º . Se configuran las siguientes conductas:

- Reproducir
- Imitar
- Modificar



- o de cualquier modo utilizar⁹⁸

En el Inc.2°.

- poseer para comercializar o poner en el comercio

2.2.13.8 Según el contenido del tipo penal

Es un Tipo Abierto porque en el supuesto de hecho se determina con precisión las diversas modalidades típicas, pero para la configuración del tipo se remite a una Norma Extrapenal al decir "...infringiendo los derechos amparados por la propiedad industrial registrada conforme a la ley". Haciendo referencia a la Ley de Marca y Otros Signos Distintivos donde se especifican los requisitos para el registro de cada signo distintivo.

2.2.13.9 De resultado o de Mera Actividad

El ilícito Violación de Distintivos Comerciales es de Mera Actividad, porque no requiere la producción del resultado en el mundo exterior que sea separable espacio – temporalmente, es decir la mera acción del autor consuma el delito, ya que basta para la consumación de la violación de los signos distintivos haber realizado una de las conductas prohibidas descritas en el tipo penal.

⁹⁸ Supra. Págs. 146 - 148



Es decir que no exige la producción de un perjuicio económico, siendo indiferente que los fines industriales sean o no alcanzados por el sujeto pasivo.

2.2.13.10 Es de peligro abstracto o Concreto

Son aquellos en que se castiga una conducta típicamente peligrosa como tal, sin que en el caso concreto tenga que haberse producido un resultado de puesta en peligro.

En el caso del Art. 229 Pn. El peligro abstracto lo constituye la incriminación en el campo previo a la lesión del bien jurídico protegido, como son las conductas de “reproducir, imitar, modificar”, cada una de estas conductas por si no lesionan el bien jurídico, y no se ha producido un resultado de puesta en peligro, pero si un resultado probable de peligro concreto al colocarlos en el trafico del comercio y de la industria, brindando así seguridad jurídica; definida esta como el estado jurídicamente garantizado que esta previamente cuidado de modo suficiente.

2.2.13.11 Es un Delito de Consumación Anticipada

La consumación no requiere la efectiva producción de perjuicio económico para el sujeto pasivo, es decir que se produce con absoluta independencia de cualquier



resultado posterior, pues basta con realizar cualquiera de las acciones contenidas en el tipo penal, para que el delito se considere consumado.

Por ende no es necesario realizar todas las acciones en conjunto, si no que con solo realizar una de ellas y que el signo distintivo se encuentre debidamente registrado se consuma el delito.

2.2.13.12 Es un Delito de un solo Acto o de Varios Actos

Los delitos de un solo acto requieren una sola acción en el hecho. En el caso del Art. 229 Pn. Establece al menos seis tipos de acciones, diferentes entre si pero lesivas del bien jurídico tutelado; estas son: “reproducir, imitar, modificar, utilizar, poseer o poner en el comercio”. Son conductas separables entre si y que basta la lesión o puesta en peligro, para que se considere realizado los elementos objetivos del tipo; esto es lo que precisamente lo convierte en un delito de un solo acto.

2.2.13.13 Formulación del tipo penal

El delito Violación de Distintivos Comerciales es un Tipo Autónomo, por que contiene elementos nuevos y se le añaden características y peculiaridades que lo distinguen del tipo básico.



El Art. 229Pn establece conductas típicas diferentes, Así mismo los objetos que ampara difieren del tipo básico estos son: marca, nombre comercial, expresión o señal de propaganda o cualquier otro distintivo.

2.2.14 AUTORIA Y PARTICIPACION EN EL DELITO DE VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES

2.2.14.1 AUTORIA⁹⁹

Es la realización voluntaria de parte del sujeto activo de realizar el tipo prohibido por la ley penal, autor de un delito será aquel sujeto que tenga el dominio del hecho, aquel que pueda decidir los aspectos esenciales de la ejecución del hecho.

2.2.14.1.1 AUTOR DIRECTO

Es el sujeto que domina la acción¹⁰⁰, realizando personalmente el comportamiento descrito en el tipo penal, es decir realiza por si mismo todos los elementos del tipo.

En la violación de distintivos comerciales el Autor Directo, es el sujeto activo que realiza la acción prohibida, ya sea la imitación, reproducción, modificación, utilización o puesta en el comercio del signo distintivo.

⁹⁹ Art. 33 Cp. Son autores directos los que por si o conjuntamente con otro u otros cometen el delito.

¹⁰⁰ Serrano Piedecabras, José Ramón. Lecciones de Derecho Penal. Parte General. 2ª. Edición. Editorial Praxis. S.A. 1999. Pág.290



Ejemplo:

Pedro se dispone a poner en el comercio un lote de mercadería a sabiendas que el Distintivo Comercial no es el original, sino una imitación.

2.2.14.1.2 AUTOR MEDIATO¹⁰¹

El autor no realiza directa y personalmente el hecho, sino que se sirve de otra persona, quien actúa como instrumento y quien es en definitiva la que lo realiza. La autoría mediata se basa en el dominio de la voluntad¹⁰².

Ejemplo:

Pedro sabe que Juan es incapaz de reconocer que la mercancía es falsa, y por tanto siendo su mejor amigo le da instrucciones para que este entregue mercadería cada ocho días a Lupe quien se encuentra en su local de venta de ropa en el Parque Barrios de San Miguel, en este caso Pedro a sabiendas que la mercancía es falsificada utiliza a Juan como instrumento para que comercialice la mercadería.

2.2.14.1.3 COAUTOR

Es la persona que realiza conjuntamente un delito con varias personas que le colaboran de forma consciente y voluntaria¹⁰³.

¹⁰¹ Art. 34 CP. So autores mediatos los que cometen el delito por medio de otro del que se sirven como instrumento.

¹⁰² Ibid.



Ejemplo:

Juan, Pedro, tomas, Cristóbal y Jaime, deciden con el fin comercial falsificar marcas de las Transnacionales más famosas; los cinco realizan actos ejecutivos de la violación de distintivos comerciales, todos han participado en la realización de la falsificación.

2.2.14.2 PARTICIPES

Es participe aquel que contribuye a la realización del hecho de otro, es decir que carecen del dominio del hecho, se realiza una colaboración a la trasgresión de la norma penal.

2.2.14.11.1 INSTIGADOR

Es la acción de determinar a otro dolosamente y en forma directa la comisión de un delito¹⁰⁴, se caracteriza porque el inductor hacer surgir en otra persona la idea de cometer un delito pero quien decide y domina la realización del mismo es el inducido. (Art. 35 CP).

Ejemplo:

Juan induce a Pedro a cometer el ilícito violación de distintivos comerciales poniendo en el comercio productos con marcas falsificadas produciendo un engaño en los consumidores.

¹⁰³ Puede darse la coactoria directa en la que todos los autores realizan todos los actos ejecutivos y la parcial en la que se produce un reparto de tareas. Muñoz Conde, Francisco. Op. Cit. Pág. 454.

¹⁰⁴ Velásquez Velásquez, Fernando. Op. Cit. Pág. 549



2.2.14.11.2 COMPLICE

Es aquel que brinda cooperación dolosa al autor para la realización de la conducta disvaliosa, que pueda ser necesaria o no necesaria¹⁰⁵, según su contribución sea fundamental en la realización del hecho. (Art. 36 CP)

Ejemplo: Pedro viaja cada ocho días con su patrón Juan a la ciudad de Usulután, en un furgón. Pedro sabe que su patrón algunas veces distribuye grandes cantidades de mercadería de la marca Kelvin Klein y que según su entender esa marca solo es una imitación, pero aun sabiéndolo no lo denuncia y lo ayuda a que éste realice el comercio de la mercadería constantemente.

2.2.15 ERROR DE TIPO

En términos generales el Error es la ignorancia o falsa apreciación de la realidad o de una situación en concreto.

¹⁰⁵ En estos casos debe haber una vinculación entre el hecho principal y la acción del cómplice de tal manera que el aporte de este suponga una contribución objetiva a aquel y puede ser de carácter necesario cuando sin ella el hecho no se hubiere realizado, o de naturaleza no necesaria cuando sin contar con tal contribución el suceso se hubiera realizado de todas formas. *Ibíd.* Pág. 552



El Error de tipo es el que se da sobre el hecho constitutivo de la infracción penal, significa discordancia entre la conciencia del agente y la realidad, esto supone que el autor se represente de manera equivocada lo existente.

Hay Error de Tipo “cuando no existe conocimiento de todos los elementos objetivos del tipo”¹⁰⁶.

Este puede ser: VENCIBLE O INVENCIBLE. El Primero es aquel error que se hubiese podido evitar aplicando la diligencia debida; y El Segundo es aquel que aun teniendo el debido cuidado el resultado siempre se da.¹⁰⁷

El error puede recaer sobre distintos elementos típicos así tenemos:

- 1.- Error sobre el Objeto de la acción¹⁰⁸
- 2.- Error sobre el Nexo Causal¹⁰⁹
- 3.- Error en el Golpe o Aberratio Ictus¹¹⁰
- 4.- Dolus Generalis.¹¹¹

¹⁰⁶ Velásquez Velásquez, Fernando. Op. Cit. Pág. 357

¹⁰⁷ Art. 28 CP. Inc. 1º. El error invencible sobre el hecho constitutivo de la infracción penal excluye la responsabilidad penal. Si el error fuere vencible, atendidas las circunstancias del hecho y las personales del autor, la infracción será sancionada en su caso como culposa.

¹⁰⁸ Es el que se presenta cuando la conducta desplegada por el agente se ejecuta sobre un objeto de la acción diferente del que quería dañar siendo necesario precisar si el objeto representado tiene equivalencia con el afectado o no. Y puede ser que sea Relevante o Irrelevante el objeto sobre el que recae la acción. Ejemplo: Roberto se apodera del automóvil de Carlos que creía que era propiedad de Julio debido a que las características de los vehículos eran iguales y los confundió en la oscuridad.

¹⁰⁹ El autor no solo debe prever la acción y el resultado sino en rasgos esenciales el nexos causal. Puede ser una DESVIACIÓN ESENCIAL: produce una desviación que no se le puede imputar objetivamente Ejemplo: En la terraza de una casa Juan le hace una broma a Carlos este se enoja y se lanza sobre Juan en ese momento Juan se quita y Carlos cae en la cera. Juan no mata a Carlos sino golpearlo por tanto no se le puede imputar por que no tenía la intención de matarlo. y NO ESENCIAL: El autor no prevee un nexos causal pero surge otro que también es imputable. Ejemplo: A enemigo de B y busca la forma de cómo matarlo y le da sustancia toxica en un refresco y muere intoxicado pero no por arsénico sino por cianuro.

¹¹⁰ Puede versar sobre objetos iguales o sobre objetos desiguales Ejemplo: B tiene intención de quitarle la vida a C y resulta que cuando B dispara a C se le caen las llaves y el disparo le pega D.

¹¹¹ El autor cree haber consumado el delito, cuando en realidad se produce por un hecho posterior. Ejemplo: Juan con el deseo de matar a Pedro lo estrangula y éste se desmaya, Juan creyendo que Pedro está muerto lo tira por una barranca, Pedro muere a consecuencia de un golpe que se da en la cabeza al caer.



Para el caso del Ilícito Violación de Distintivos Comerciales puede darse el error de tipo vencible en el siguiente ejemplo: Pedro comercializa un lote de mercadería creyendo que su proveedor (Juan) lo obtiene de forma lícita, no obstante Juan ha hecho una imitación de la marca Pierre Cardin y se la ha distribuido a Pedro para que venda las camisas y pantalones.

2.2.16 ANTIJURIDICIDAD

El término antijuridicidad expresa la contradicción entre la acción realizada y las exigencias del Ordenamiento Jurídico. A diferencia de lo que sucede con otras categorías de la teoría del delito, la antijuridicidad no es un concepto específico del Derecho Penal si no un concepto unitario, válido para todo el ordenamiento jurídico, aunque tenga consecuencias distintas en cada disciplina del mismo.

Para la Teoría del Delito la antijuridicidad presenta un doble contenido:

Antijuridicidad Formal: Es aquella conducta humana en evidente contrariedad al Derecho, a la Norma Estatal; que implica la no observancia de la prohibición o el mandato ya contenido en una norma prescrita.

Con la función Motivadora de la Norma Penal se espera que al crear leyes la sociedad se motive y se abstenga de realizar aquellas acciones prohibidas o las realice cuando así se le exija. . El Derecho Penal se dirige a individuos capaces de motivarse en sus comportamientos por las prohibiciones y mandatos de la norma.



Antijuridicidad Material: concebida como la acción socialmente dañosa.

Esta consiste en toda aquella vulneración que mediante la conducta realizada se haga a un bien jurídico determinado y previamente protegido por la Norma Penal; y solo previa la comprobación de la concurrencia de estas dos circunstancias da lugar a la Antijuridicidad que junto a la tipicidad forman el Injusto Penal.

El ilícito Violación de Distintivos Comerciales, es un delito abstracto, basta con solo la puesta en peligro del Bien Jurídico Protegido. El legislador quiso hacer un adelantamiento de las barreras protectoras de Bienes Jurídicos el cual es una técnica legislativa válida y aceptada por los ordenamientos jurídicos.

La función protectora de la Norma Penal establece: “El derecho Penal solo debe actuar en contra de aquellas conductas muy graves y de lesión o puesta en peligro a Bienes Jurídicos de mayor importancia. Carácter fragmentario del Derecho Penal, pero además consecuencia lógica del Principio de Mínima Intervención”¹¹².

En el Delito Violación de Distintivos Comerciales, la Antijuridicidad Formal concurre en el momento en que el sujeto activo a sabiendas de la existencia de un imperativo prohibitivo de ley, es incapaz de motivarse y realiza con el Fin Industrial o Comercial y sin el consentimiento del titular cualquiera de las conductas ahí prohibidas, contradiciendo así la Norma. Art. 229 Pn.

La Antijuridicidad Material se observa en el preciso momento de puesta en peligro o lesión del bien jurídico protegido siendo estos los derechos exclusivos del

¹¹² Muñoz Conde, Francisco, Op. Cit. Pág. 58



titular del signo distintivo (marca, nombre comercial, expresión o señal de publicidad comercial etc.)

El aspecto negativo de la antijuridicidad son las causas de justificación que a continuación se estudian.

2.2.16.1 ANALISIS DE LAS CAUSAS DE JUSTIFICACION

El Ordenamiento jurídico no solo se compone de prohibiciones o de mandatos imperativos, sino también de preceptos permisivos que autorizan a realizar un hecho en determinadas condiciones en principio prohibidas.

Las causas de justificación tienen consigo tanto elementos objetivos como subjetivos, de ahí entonces que la justificación de una acción solo se da si concurren esos dos elementos.

Elementos objetivos. Son todos aquellos presupuestos que la ley establece para lograr determinar la necesaria concurrencia para una causa de justificación.

Son elementos subjetivos. Saber que se esta actuando bajo una causa de justificación.

En la Legislación Penal Salvadoreña las causas de Justificación se encuentra regulada en el artículo veintisiete son las siguientes:

Art. 27 No es responsable Penalmente:



No.1) Quien actué u omite en cumplimiento de un deber legal o en ejercicio legitimo de un derecho o de una actividad licita;

Se dan tres conductas: 1º) En estricto cumplimiento de un deber legal: para que éste exista y por tanto el acto estar justificado es necesario que concurran en él los elementos objetivos (que exista un deber jurídico por parte del agente, que el deber sea estricto, que haya necesidad de ejecutar la conducta típica) y subjetivos (que se actué con la finalidad de cumplir ese deber y no otro fin diverso)¹¹³.

En el tipo penal en estudio luego de analizado ambos elementos se concluye que no se dan las exigencias objetivas, ni aun con la posibilidad de la figura del agente encubierto por lo que no concurre esta causal.

2º) En ejercicio legitimo de un derecho: para ello debe cumplirse con elementos objetivos (la existencia de un derecho de índole subjetivo, al autor debe ser el titular de ese derecho subjetivo, el acto debe ser legitimo, que la realización de la conducta típica sea necesaria, que ese actuar no implique un ataque grave contra la dignidad de la persona humana). Subjetivo (que el actor solo participe con la finalidad de ejercer ese derecho)¹¹⁴.

En el ilícito en mención los derechos que se confieren al titular siempre se encuentran en la ley por lo que no hay derechos subjetivos descartando entonces esta segunda conducta como una causa de justificación.

¹¹³ Velásquez Velásquez, Fernando, Op. Cit. Pág. 405

¹¹⁴ Ibid.



3º) En ejercicio de una actividad lícita: los elementos objetivos son: (existencia de la actividad, que la actividad sea lícita, que esa actividad no tenga por objeto un atentado contra la dignidad de la persona humana) Subjetivos: Que el agente debe obrar con la finalidad de ejercer la profesión.

En la violación de distintivos comerciales no concurre ninguno de estos elementos pues no es conocida como una profesión sino como una práctica del ejercicio del comercio y los derechos solo se adquieren si son previamente inscritos.

No.2) La Defensa Necesaria¹¹⁵: para que esta concurra al igual que en las conductas anteriores debe cumplir con elementos de carácter objetivo y subjetivos solo si concurren cada uno de ellos puede invocarse la legítima defensa en un caso en concreto.

En el ilícito en estudio no podría invocarse esta causa de justificación pues se trata de una propiedad especial de carácter inmaterial y de particular cometimiento en el cual debe asistir en el agente infractor un fin industrial o comercial circunstancia que excluye cualquier forma subjetiva de repeler el ataque, que para evitarlo siendo un delito continuado bastara el uso de otros medios como podrá ser interposición de denuncia ante autoridad competente.

¹¹⁵ Elementos Objetivos: Que exista una agresión contra un derecho propio o ajeno, que dicha agresión sea actual o inminente, que sea injusta, que sea real, que no medie alguna situación de provocación por parte de quien la invoca, que solo sea ejercida de forma necesaria, que se ejerza de forma proporcional es decir solo lo necesario para repeler el ataque sufrido o por sufrir. Elementos Subjetivo: el animo de defensa. *Ibíd.* Pág. 430 sgtes.



No.3) El Estado de Necesidad Justificante¹¹⁶ se excluye del presente estudio por razones similares a las ya apuntadas. El daño o mal causado perfectamente puede ser evitable por otro procedimiento menos perjudicial que no sea el de sacrificar un bien jurídico, pudiendo ser la respectiva denuncia ante autoridad policial o fiscal.

2.2.17 CULPABILIDAD

La doctrina tradicional ha definido la Culpabilidad de la siguiente manera: “actúa culpablemente quien comete un acto antijurídico, tipificado en la ley penal como delito, pudiendo actuar de un modo distinto, es decir conforme a derecho”¹¹⁷.

En tal sentido se incluye en la Culpabilidad un Elemento Normativo como es el “reproche que se hace al autor del delito por haber actuado en la forma que actuó, pudiendo actuar de forma distinta”¹¹⁸, es decir actúa culpablemente el que pudo proceder de otra manera.

Al conjunto de todas estas facultades mínimas requeridas para considerar a un sujeto culpable por haber hecho algo típico y antijurídico, se le llama Culpabilidad.

¹¹⁶ Estado de Necesidad Disculpante el bien jurídico protegido es de igual valor que el bien jurídico sacrificado; y Justificante el bien jurídico protegido es de mayor valor que el bien jurídico sacrificado.

¹¹⁷ Muñoz Conde, Francisco. Op. Cit. Pág. 366.

¹¹⁸ *Ibíd.* Pág. 367



La función principal de la Culpabilidad sea acoger aquellos elementos referidos al autor del delito que, sin pertenecer al tipo, ni a la Antijuridicidad, son también necesarios para la imposición de una Pena.

2.2.1.7.1 ELEMENTOS DE LA CULPABILIDAD

a) La Imputabilidad o Capacidad de Culpabilidad: Se refiere a la madurez psíquica y a la capacidad del sujeto para motivarse, es decir, el autor de la infracción penal del hecho típico y antijurídico, tener las facultades psíquicas y físicas mínimas requeridas para poderse motivar en sus actos por los mandatos normativos.

Frente a la capacidad de culpabilidad está la Inimputabilidad como causa de exclusión de la responsabilidad penal Art. 27 No. 4 Pn. Estas causas son: a) Enajenación Mental; b) Grave Perturbación de la Conciencia; c) Desarrollo Psíquico Retardado o Incompleto.

En la medida en que concurra alguna de estas incapacidades hay exclusión de la responsabilidad penal, en el delito Violación de Distintivos Comerciales no existe la posibilidad de una posible alegación en la instancia jurisdiccional, ya que un inimputable si bien existe la posibilidad de la realización de los aspectos materiales del delito en un momento determinado, no podrá proponerse el fin Comercial o Industrial y menos darse



cuenta que actúa sin el consentimiento del titular, y a sabiendas que están inscritos constituyendo estos elementos especiales para la realización del tipo.

b) El Conocimiento de la Antijuridicidad del hecho Cometido: La norma penal solo puede motivar al individuo en la medida que éste pueda conocer. El contenido de sus prohibiciones. Si el sujeto no sabe que su hacer esta prohibido, no tiene ninguna razón para abstenerse de su realización, la norma no le motiva y su infracción, si bien es típica y antijurídica, no puede atribuírsele la culpabilidad. Si el sujeto desconoce la antijuridicidad de su hacer actúa en error de prohibición.

Error de Prohibición

Este se da cuando el sujeto pese a conocer completamente la situación o supuesto de hecho del injusto no sabe que su actuación no esta permitida; es decir que se da no solo cuando el autor cree que actúa lícitamente, sino también cuando ni siquiera se plantea la licitud o ilicitud de su hecho. Por lo tanto recae sobre la potencial comprensión de la antijuridicidad de la conducta.

El error de prohibición puede ser: **VENCIBLE O EVITABLE**, cuando se le puede exigir al autor que lo supere, atendiendo a las circunstancias concretas en las cuales actúa; **INVENCIBLE O INEVITABLE**, cuando el agente obrando con la diligencia debida no hubiese podido comprender la antijuridicidad de su injusto¹¹⁹.

¹¹⁹ Art. 28 Inc. 2º. CP. El error invencible sobre la ilicitud del hecho constitutivo de la infracción penal de una causa de exclusión de la responsabilidad penal, exime de esta. Si el error fuere vencible, se atenuara la pena en los términos expuestos en el Art. 69 del Cp. Velásquez Velásquez, Fernando. Op. Cit. Pág. 484



Dependiendo de la vencibilidad o invencibilidad del error este puede ser: a) DIRECTO O ABSTRACTO¹²⁰: Es el que se presenta cuando el autor no conoce en cuanto tal la norma prohibitiva referida directamente al hecho y toma por licita la acción, recae sobre la propia existencia de la prohibición y el autor desconoce la existencia de una norma que prohíbe su hacer. Se pueden dar tres situaciones:

1.- El autor no conoce la norma prohibitiva.

En el ilícito violación de distintivos comerciales puede darse de la siguiente forma: Maria reside en la Taiwán y en ese país en su industria se dedica a imitar marcas para luego distribuir las a Centroamérica, México y otros países, viaja a El Salvador y decide establecer su industria y dedicarse a lo mismo, sin saber que en este país esa practica constituye un delito, desconoce totalmente que la imitación de las marcas es un ilícito. Incurrir en error por que ella no sabia que en el Salvador era prohibido por tanto hay un desconocimiento de la norma.

2.- El autor conoce la norma prohibitiva pero la considera no vigente.

Pedro tiene registrada la marca de ropa Peluchin y la distribuye durante cinco años por que le es un negocio rentable, luego sale del país y deja de distribuirla en el mercado, pasan otros cinco años y viene al país a renovarla por que ya ha caducado los diez años que es el plazo par renovar una marca, Roberto que sabia que el negocio era rentable, luego de pasar ese tiempo sabe que imitar una marca es delito y decide

¹²⁰ Ibid. Págs.484 y 485



registrarla por que piensa que Pedro ya perdió todos sus derechos debido a que salio del país desconociendo totalmente que está vigente el Art. 21 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos¹²¹ , por tanto el sabe que existe la norma pero considera que ya no esta vigente.

3.- El autor interpreta equivocadamente la norma y la reputa no aplicable, en este caso no puede plantearse un delito de violación de distintivos comerciales por la finalidad industrial que requiere.

b) INDIRECTO O CONCRETO¹²²: Es el que recae sobre la existencia o los limites de una causa de justificación, el autor sabe que su hacer esta prohibido, pero cree que en el caso concreto se da una causa de justificación que lo permite, que actúa dentro de los limites de la misma o que se dan sus presupuestos objetivo. Puede ser de tres clases: Que el agente se equivoque acerca de la existencia de una justificante, El agente erre sobre los límites de una justificante, error sobre la concurrencia de circunstancias que de darse justificarían el hecho, es decir que el agente supone la presencia de los requisitos objetivos de una causa de justificación legalmente reconocida cuando en realidad no sucede así.

En el caso en estudio el error de prohibición indirecto no se puede dar debido a que en el delito no existen Causas de Justificación.

¹²¹ Art. 21 El registro de una marca tendrá vigencia de diez años a partir de la fecha de su inscripción. Podrá renovarse indefinidamente su registro, por periodos sucesivos de diez años, contados desde la fecha del último vencimiento.

¹²² Velásquez Velásquez, Fernando. Op. Cit. Pág. 486 Y 487



c) La Exigibilidad de un Comportamiento Distinto: Normalmente el derecho exige la realización de comportamientos difíciles, pero no imposibles, sin embargo no puede exigir comportamientos heroicos, toda norma jurídica tiene un ámbito de exigencia, fuera del cual no puede exigirse responsabilidad alguna.

Es el autor concreto y en un caso en específico quien tiene que comportarse de un modo u otro. Cuando la obediencia de la norma pone al sujeto fuera de los límites de la exigibilidad faltara ese elemento y con el la culpabilidad.

Por tanto frente a esta vertiente objetiva están las causas que la excluyen y es La No Exigibilidad de Otra Conducta Art. 27 No. 5 Pn.

Pueden darse tres elementos: 1) El Estado de Necesidad Disculpante: en el que los bienes en colisión son de igual valor; 2) La Coacción: es la "acción de quien constriñe a otro a hacer, tolerar u omitir alguna cosa"¹²³; 3) El Miedo Insuperable: por cuanto el miedo es un estado psíquico que puede llevar incluso a la paralización total de que lo sufre, sin embargo en este caso el miedo al que se hace referencia es aquel que aun afectando psíquicamente al que lo sufre, le deja una opción o una posibilidad de actuación, es decir es superior a la exigencia media de soportar males y peligros.

De los tres elementos solo puede darse en el caso que una persona pueda actuar coaccionada. Ejemplo: A dice a B que posea en sus bodegas cinco furgonadas de mercancías falsas, que necesita comercializar en El Salvador que de lo contrario el se expone a la muerte u otro ataque a sus bienes; B una vez intimidado o coaccionado

¹²³ *Ibíd.* Pág. 492.



accede a el deposito de esa mercadería falsa en sus bodega ,a sabiendas que es falsa y que es para fines Comerciales; o por el contrario A le pide a B que mediante sus cadenas de tiendas le Comercialice la Mercadería Imitada, ya que de lo contrario B puede sufrir un ataque en sus bienes o derechos, por lo que B accede a comercializar esa mercadería.

La coacción es a criterio del equipo investigador la única causa de no exigibilidad de otra conducta que pueda darse en el inciso 2°. En el delito de Violación de Distintivos Comerciales, Art. 229 Pn.

2.2.18 CONCURSO DE DELITOS

Un delito puede ser cometido por varias personas, también sucede a veces que una o varias personas cometen con una o varias acciones dos o mas delitos que son valorados conjuntamente en un mismo proceso.

2.2.18.1 CONCURSO IDEAL

Se da cuando hay dos o más infracciones delictivas ocasionadas por una sola acción del sujeto.¹²⁴

Requisitos: Se requiere que sea una unidad de acción pues la conducta del agente debe estar dirigida a la obtención de uno o varios resultados, Que exista una

¹²⁴ Art. 40 CP. Hay Concurso ideal de delitos cuando con una solo acción u omisión se cometen dos o mas delitos o cuando un hecho delictuoso sea medio necesario para cometer otro, pero en todo caso no se excluirán entre sí. Serrano Piedecabras, José Ramón. Op. Cit. Pág. 304



doble o múltiple desvaloración de la ley penal. Identidad del sujeto activo, Unidad o pluralidad de sujetos pasivos¹²⁵.

Ejemplo. Pueda darse con la Estafa y la Falsedad Documental 283 Sgtes.CP. La competencia desleal 238 CP .

1.5.2.1 CONCURSO REAL

ES aquel en el cual el sujeto realiza varias acciones punibles de las que se derivan otras infracciones.¹²⁶

Requisitos: Debe existir una pluralidad de acciones independientes entre si, Unidad de Sujeto Activo, Sujeto Pasivo puede ser único o plural, El agente debe ser objeto de juzgamiento en un mismo proceso penal¹²⁷.

Si puede darse un concurso real de la siguiente forma:

Nicolás siendo una persona que se dedica a negocios ilícitos comercializa con productos falsificados procedente de Guatemala, pero además en la carretera que conduce de San Salvador a San Miguel Hurta un vehículo para trasladar la mercadería y evitar ser descubierto. Comete dos delitos el de violación de distintivos comerciales y hurto agravado.

¹²⁵ Velásquez Velásquez, Fernando. Op. Cit. Pág.583

¹²⁶ Art. 41CP. Hay concurso real cuando con dos o mas acciones u omisiones independientes entre si, se cometen dos o mas delitos que no hayan sido sancionados anteriormente por sentencia ejecutoriada. Serrano Piedecosas, José Ramón. Pág. 302

¹²⁷ Velásquez Velásquez, Fernando. Op. Cit. Págs. 576 y 577



2.2.19 COMPARACION DEL ILICITO VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES CON OTROS TIPOS PENALES

Estructura	Delitos		
	Violación de Privilegios de Invención. Art. 228 CP	Infidelidad Comercial Art. 230 CP.	Revelación o Divulgación de Secreto Industrial Art. 231 CP
Conducta Típica	Fabricar, importar, poseer, ofrecer o introducir en el comercio objetos amparados por una patente o modelo de utilidad, utilizar un procedimiento o diseño industrial protegido por un registro, ofrecer, introducir en el comercio o utilizar el producto directamente obtenido por el procedimiento registrado.	Apoderarse de documentos, soporte informático u otros objetos.	Revelar Divulgar Utilizar en provecho propio la invención objeto de la solicitud de patente o el secreto.
Sujeto Activo	Cualquier persona	Cualquier persona	La persona que tenga conocimiento lícito del secreto por el ejercicio de actividades publicas, tenga obligación legal o contractual de guardar reserva.
Sujeto Pasivo	Titular del derecho ya sea de la patente, modelo de utilidad, procedimiento o diseño industrial registrado	Titular del bien jurídico protegido y es por tanto la empresa individual o colectiva.	Titular del bien jurídico protegido y es por tanto la empresa individual o colectiva.
Bien Jurídico	Titular de derecho exclusivo de propiedad industrial,	Capacidad competitiva de la empresa en el	Capacidad competitiva de la empresa en el



	competencia, el mercado y los consumidores.	mercado.	mercado.
Objeto Material	Patente, modelo de utilidad, procedimiento y diseño industrial	Secreto de la empresa evaluable económicamente.	Secreto, industrial o comercial y que tenga relevancia económica
Medios	Indeterminados	Indeterminados	Indeterminados
Lugar	Cualquier	Cualquier Empresa	Cualquier Empresa
Elemento subjetivo	Dolo	Dolo	Dolo
Elementos especiales del dolo	Fin industrial o comercial, previa inscripción registral	Intención de descubrir o revelar secreto de la empresa	
<u>Clasificación</u>			
Estructura	Básico	Autónomo	Autónomo
Contenido	Mera Actividad	Resultado	Resultado
Sujeto Activo	Monosubjetivo	Monosubjetivo	Calificado
Bien Jurídico	Pluriofensivo	Monoofensivo	Monoofensivo
Pena	1-3 años de prisión	6 meses a 2 años P.	6 meses a 2 años P, si es en provecho propio se aumenta a una tercera parte del máximo, si es funcionario o empleado publico de 6 meses a 2 años de prisión.



Estructura	DELITOS	
	Violación de derechos de autor y derechos conexos Art. 226 P.	Competencia Desleal Art. 238P.
Conducta Típica	Reproducir, plagiar, distribuir, comunicar públicamente, y también en el Inc. 2° se castiga una conducta omisiva centrada en el incumplimiento del depósito en el Registro de comercio de los objetos materiales.	La propalación de hechos falsos o la divulgación o puesta en circulación.
Sujeto Activo	Cualquier persona	Tiene que intervenir en el mercado sea como empresario o al servicio del mismo, pero en todo caso en situación de competir con otros.
Sujeto Pasivo	Titular de los derechos de propiedad intelectual (persona jurídica, cotitularidad, cesiones)	Toda la comunidad, tiene especial relevancia la protección a los competidores del sujeto activo o de otra persona.
Bien Jurídico	Propiedad Intelectual	Competencia, el mercado y los consumidores.
Objeto Material	Obra literaria, artística, científica o técnica, o su transformación, interpretación o ejecución artística.	
Medios	Indeterminados	Indeterminados
Elemento subjetivo	Dolo	Dolo
Elementos especiales del dolo		Intentar lograr para si o para otro, una ventaja indebida.
<u>Clasificación</u>		
Estructura	Básico	Autónomo
Contenido	Mera Actividad	Resultado
Sujeto Activo	Monosubjetivo	Monosubjetivo
Bien Jurídico	Monoofensivo	Monoofensivo
Pena	1-3 años de prisión	6 meses a 2 años de Prisión.



2.2.20 EL ILICITO VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES EN EL DERECHO COMPARADO^{128/129}

El delito en estudio no tiene una regulación unánime en las legislaciones penales de los diferentes países; sin embargo resulta oportuno hacer un análisis del tipo penal en algunos Códigos Penales en los cuales se puede reflejar las semejanzas y diferencias en comparación con el tipo penal salvadoreño y posteriormente se enfocaran las ventajas y desventajas que presentan los mismos.

Para ello se han tomado en cuenta diez legislaciones, debido a que cada uno de ellas hace una estructura similar del ilícito, presentado diferencias poco fundamentales en la tipificación del tipo.

Se estudiará las legislaciones de: Guatemala, Honduras, Panamá, España, Venezuela, Colombia, Perú, Bolivia, Cuba y México.

2.2.20.1 GUATEMALA

Titulo VI De los Delitos contra el Patrimonio

Violación A Los Derechos Marcarios

¹²⁸ Es la ciencia cuyo objeto es el estudio de las semejanzas y diferencias entre los ordenamientos jurídicos de dos o más países. Cabanellas de las Cuevas, Guillermo. Diccionario de Ciencias Políticas y Jurídicas. 2º edición actualizada. Editorial Heliasta SRL. Pág. 317

¹²⁹ Ver cuadro comparativo en Anexo i



ARTICULO 275 BIS. Será sancionado con prisión de cuatro a seis años y multa de cincuenta mil a cien mil quetzales, quien realizare cualquiera de los actos siguientes:

- a) Usar en el comercio una marca registrada, o una copia servil o imitación fraudulenta de ella, en relación a productos o servicios iguales o similares a los que la marca se aplique.
- b) Usar en el comercio un nombre comercial o un emblema protegidos.
- c) Usar en el comercio, en relación con un producto o un servicio, una indicación geográfica falsa o susceptible de engañar al público sobre la procedencia de ese producto o servicio, o sobre la identidad del producto, fabricante o comerciante del producto o servicio.
- d) Ofrecer en venta o poner en circulación productos a los que se aplica una marca registrada, después de haber alterado, sustituido o suprimido ésta, parcial o totalmente.
- e) Continuar usando una marca no registrada parecida en grado de confusión a otra registrada, después de que se haya emitido resolución ordenando el cese total o parcialmente.
- f) Ofrecer en venta o poner en circulación los productos o prestar los servicios con las marcas a que se refiere el literal anterior.

SEMEJANZAS:

- El ilícito puede ser cometido por cualquier persona y en cualquier lugar.
- Será sujeto pasivo el titular del signo distintivo o el licenciatarario



- Requiere la presencia de Dolo directo y el elemento especial de Previa Inscripción Registral.
- Es un tipo autónomo, Abierto y Monosubjetivo.

DIFERENCIAS:

- El delito es titulado Violación a los derechos Marcarios
- La consecuencia jurídica es de cuatro a seis años
- No regula la expresión o señal de publicidad comercial

VENTAJAS:

- En El Salvador el delito esta referido al delito violación de distintivos comerciales en términos genéricos cada uno de ellos regulados en la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.
- En el Código Penal salvadoreño se establece de forma expresa requisitos especiales (fines industriales y comerciales, y sin el consentimiento del titular).

DESVENTAJAS:

- No hay expresiones tales como “o de cualquier modo utilizare” “cualquier otro distintivo comercial”.

2.2.20.2 HONDURAS¹³⁰

De Los Delitos Contra El Patrimonio

¹³⁰ www.cejamericas.org/legislacion. 17-09-2003



Titulo VII

Delitos Contra La Propiedad

Capítulo VIII

Delitos Contra Propiedades Especiales

Artículo 249. en la misma pena del artículo 248 anterior¹³¹ incurrirá quien fabrique o ponga en venta artículos que por su nombre, marca, envoltura, presentación o apariencia puedan ser confundidos con productos similares patentados o registrados a nombre de otro.

Artículo 251. Con las penas previstas en el artículo 248, precedente, serán sancionados quiénes:

- 1) Falsifiquen, imiten o usen fraudulentamente cualquiera de las figuras o bienes jurídicos protegidos por la ley de la propiedad industrial ;
- 2) Con conocimiento de que dichas figuras o bienes jurídicos son falsificados, los negocien de cualquier forma; y
- 3) A sabiendas comercializan las mercancías, artículos o productos amparados con las indicadas figuras o bienes jurídicos falsificados, imitados o usados fraudulentamente.

SIMILITUDES:

¹³¹ ARTICULO 248. Quien viole los derechos de los autores de obras literarias, científicas o artísticas y los demás protegidos por la Ley de Derechos de Autor y Derechos Conexos, será sancionado con reclusión tres (3) a seis (6) años, más una multa de cincuenta mil (L.50,000.00) a cien mil Lempiras (L.100,000.00).



- Las modalidades de acción algunas de ellas son la de fabricar y poner en el comercio.
- Que exista previa inscripción registral
- El sujeto activo puede ser cualquier persona y el sujeto pasivo el titular del registro o licenciatario.
- Tanto la forma como los medios de cometer el hecho son indeterminados.
- Es un tipo Abierto.

DIFERENCIAS:

- Es un delito contra el Patrimonio
- La regulación se hace en dos artículos
- La consecuencia jurídica es de tres a seis años.
- Agrega los distintivos de “envoltura, presentación o apariencia”
- Requiere que varios sujetos cometan el hecho, es Plurisubjetivo.

VENTAJAS:

- En el Código Penal Salvadoreño la violación de distintivos comerciales esta comprendida en un solo artículo.

En El Salvador se protege todos los distintivos establecidos en los Acuerdos ADPIC y el Convenio de la Unión de Paris.



DESVENTAJAS:

- No existen

2.2.20.3 PANAMA

Titulo XII

Delitos Contra La Economía Nacional

Capitulo IV

Delitos Contra Los Derechos Ajenos

ARTICULO 384. El que ponga en venta o haga circular en los mercados nacionales o extranjeros, productos agrícolas o industriales con nombres, marcas o signos distintivos falsificados o alterados, será sancionado con prisión de 1 a 2 años y de 100 a 200 días-multa.

ARTICULO 385. El que use marca legítima ajena en producto o artículo que no sea de su propia fabricación, será sancionado con prisión de 6 meses a 1 año o de 20 a 100 días-multa.

SIMILITUDES:

- Sujeto Activo puede cualquier persona
- Los medios son indeterminados
- El sujeto pasivo es el titular de la marca o el licenciataria



DIFERENCIAS:

- El acápite del delito es la Economía Nacional y el título se refiere a los derechos ajenos.
- Es un tipo cerrado
- La regulación del tipo lo hace en dos artículos
- La consecuencia jurídica es de uno a dos años y de seis meses a un año.
- El delito puede ser cometido tanto en mercados nacionales como extranjeros.
- Incluye los productos agrícolas.

VENTAJAS:

- En el Código Penal Salvadoreño se regula en un solo artículo
- Establece la obligatoria remisión a una ley especial.

DESVENTAJAS:

- En el Código Penal de El Salvador no se menciona el cometimiento del delito en mercado extranjero.
- No incluye los productos Agrícolas de forma expresa.

2.2.20.4 ESPAÑA¹³²

Titulo XIII

¹³² www.jhbayo.com. 13-08-2003



Delitos Contra El Patrimonio Y Contra El Orden Socioeconómico

Capítulo XI

De Los Delitos Relativos A La Propiedad Intelectual E Industrial, Al Mercado Y A Los

Consumidores

Sección 2ª

De Los Delitos Relativos A La Propiedad Industrial

Artículo 274

1. Será castigado con las penas de seis meses a dos años de prisión y multa de seis a veinticuatro meses el que, con fines industriales o comerciales, sin consentimiento del titular de un derecho de propiedad industrial registrado conforme a la legislación de marcas, y con conocimiento del registro, reproduzca, imite, modifique, o de cualquier otro modo utilice un signo distintivo idéntico o confundible con aquél, para distinguir los mismos o similares productos, servicios, actividades o establecimientos para los que el derecho de propiedad industrial se encuentra registrado.
2. Las mismas penas se impondrán al que, a sabiendas posea para su comercialización, o ponga en el comercio, productos o servicios con signos distintivos que, de acuerdo con el apartado 1 de este artículo, suponen una infracción de los derechos exclusivos del titular de los mismos, aun cuando se trate de productos importados del extranjero.



Artículo 275

Las mismas penas previstas en el artículo anterior se impondrán a quien intencionadamente y sin estar autorizado para ello, utilice en el tráfico económico una denominación de origen o una indicación geográfica representativa de una calidad determinada legalmente protegidas para distinguir los productos amparados por ellas, con conocimiento de esta protección.

Artículo 276

1. Se impondrá la pena de prisión de dos a cuatro años, multa de ocho a veinticuatro meses, e inhabilitación especial para el ejercicio de la profesión relacionada con el delito cometido, por un período de dos a cinco años, cuando los delitos tipificados en los anteriores artículos revistan especial gravedad, atendiendo al valor de los objetos producidos ilícitamente o a la especial importancia de los perjuicios ocasionados.
2. En dicho supuesto, el Juez podrá decretar el cierre temporal o definitivo de la industria o establecimiento del condenado. El cierre temporal no podrá exceder de cinco años.

SIMILITUDES:

- La estructura del tipo no difiere en cuanto a la legislación penal salvadoreña
- Las conductas infractoras son las mismas

DIFERENCIAS:

- Esta regulado en dos artículos básicos y una derivación que consiste en una agravación.



- Las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia las especifica en un articulo diferente
- La consecuencia jurídica es de seis meses a dos años de prisión
- Contiene una agravación especial en el articulo subsiguiente de dos a cuatro años

VENTAJAS:

- En el salvador no hay ninguna ventaja con mucha reserva si se puede considerar que es un tipo autónomo una sola consecuencia de uno a tres años.

DESVENTAJAS:

- El Código Penal Español regula de forma ordenada las conductas típicas y hace diferencia en cuanto al objeto en diferentes artículos para imponer la sanción.
- En el Código Penal Salvadoreño no especifica de forma ordenada las conductas típicas.
- En el objeto de la acción deja abierta las posibilidades de remitir a una norma penal en blanco al decir "cualquier otro distintivo comercial" no especifica cuales, pero si están en la ley de marcas y otros signos distintivos.
- Los distintivos objetos de protección penal son taxativos en El Salvador utilizan la expresión otros distintivos comerciales.



2.2.20.5 VENEZUELA¹³³

TITULO VI

DE LOS DELITOS CONTRA LA FE PUBLICA

CAPITULO V

DE LOS FRAUDES COMETIDOS EN EL COMERCIO, LAS INDUSTRIAS Y ALMONEDAS

Artículo 338.- Todo el que hubiere falsificado o alterado los nombres, marcas o signos distintivos de las obras del ingenio o de los productos de una industria cualquiera; y, así mismo, todo el que haya hecho uso de los nombres, marcas o signos legalmente registrados así falsificados o alterados, aunque la falsedad sea proveniente de un tercero, será castigado con prisión de uno a doce meses.

La misma pena será aplicable al que hubiere contrahecho o alterado los dibujos o modelos industriales y al que haya hecho uso de los mismos así contrahechos o alterados, aunque la falsedad sea obra de un tercero.

La autoridad judicial podrá disponer que la condena se publique en un diario que ella indique, a costa del reo.

Artículo 339.- El que con objeto de comerciar haya introducido en el país y puesto en venta o de cualquier otra manera en circulación, obras del ingenio o productos de

¹³³ www.comunidadvlex.com. 4--08-2003.



cualquiera industria con nombres, marcas o signos distintivos falsificados o alterados, o con nombres, marcas o signos distintivos capaces de inducir en error al comprador respecto de su origen o calidad, si la propiedad de las obras, nombres, marcas o signos ha sido legalmente registrada en Venezuela, será castigado con prisión de uno a doce meses.

SIMILITUDES:

- Requiere la presencia de elementos especiales del dolo
- Sujeto Activo puede ser cualquier persona
- El sujeto pasivo es el titular del signo distintivo
- No regula de manera expresa las denominaciones de origen y las indicaciones de procedencia.

DIFERENCIAS:

- Bien jurídico protegido es la fe publica
- Pena accesoria de publicar la condena en Diario de circulación
- Es un tipo subordinado
- La regulación la hace en dos artículos de forma separada

VENTAJAS:

- La legislación penal salvadoreña establece las conductas infractoras de forma concreta.



- En El Salvador se exige que sea con fines industriales o comerciales.

DESVENTAJAS:

- No existen

2.2.20.6 COLOMBIA¹³⁴

TÍTULO VII

DELITOS CONTRA EL ORDEN ECONÓMICO SOCIAL

CAPÍTULO PRIMERO

ART. 236.- Usurpación de marcas y patentes. El que utilice fraudulentamente nombre, enseña, marca, rótulo, dibujo, etiqueta, patente o modelo industrial, comercial o agropecuario protegido legalmente, incurrirá en prisión de seis (6) meses a tres (3) años y multa de dos mil a cien mil pesos.

SIMILITUDES:

- Se encuentra dentro del orden socioeconómico
- Es un tipo abierto, autónomo y Monosubjetivo
- El sujeto activo puede ser cualquier persona
- Exige que este inscrito

DIFERENCIAS:

¹³⁴ www.justiciacriminal.com. 25-07-2003



- No exige elementos especiales del injusto
- En un solo artículo se regula las infracciones contra patentes, modelos industriales y agropecuarios y contra los distintivos.
- La consecuencia jurídica es de uno a tres años.

VENTAJAS:

- El Código Penal Salvadoreño regula de forma separada los privilegios de invención y los distintivos comerciales
- La legislación penal de El Salvador exige elementos especiales del injusto.
- En El Salvador se establece de forma taxativa las conductas infractoras.

DESVENTAJAS:

- No Existen

2.2.20.7 PERU

TITULO VI

DELITOS CONTRA LOS DERECHOS INTELECTUALES

CAPITULO II

DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL



ARTÍCULO 225°.- El que reproduce, indebidamente, en todo o en parte, artículo industrial con marca registrada por otro o lo imita de modo que pueda inducir a error o confusión o el que, a sabiendas, usa marca reproducida o imitada o vende, expone a la venta o tiene en depósito productos con marca imitada o reproducida, en todo o en parte o productos que tengan marca de otro y no hayan sido fabricados por el agente, será reprimido con pena privativa de libertad no menor de uno ni mayor de cuatro años, con sesenta a trescientos sesenta y cinco días-multa e inhabilitación conforme al artículo 36°, inciso 4¹³⁵.

SIMILITUDES:

- Requiere elementos especiales del dolo
- Es un tipo Monosubjetivo.

DIFERENCIAS:

- Esta regulado en un solo inciso
- Es un tipo Monoofensivo
- La consecuencia jurídica es de uno a cuatro años
- El sujeto pasivo es cualquier persona

VENTAJAS:

- En El Salvador se regula taxativamente las conductas infractoras

¹³⁵ ARTÍCULO 36°.- La inhabilitación producirá, según disponga la sentencia:

4. Incapacidad para ejercer por cuenta propia o por intermedio de tercero profesión, comercio, arte o industria, que deben especificarse en la sentencia;



- El código penal salvadoreño no solo protege la marca sino también otros signos distintivos.

DESVENTAJAS:

- No existen

2.2.20.8 BOLIVIA

TITULO XII

DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD

CAPÍTULO X

DELITOS CONTRA EL DERECHO DE AUTOR

Art. 363°.- (VIOLACIÓN DE PRIVILEGIO DE INVENCION). Será sancionado con reclusión de tres meses a dos años y multa de treinta a sesenta días, el que violare el derecho de privilegio de invención o descubrimiento, en los siguientes casos:

1. Fabricando sin autorización del concesionario objetos o productos amparados por un privilegio.

SIMILITUDES:

- El sujeto activo puede ser cualquier persona
- Es un tipo autónomo, de mera actividad y Monosubjetivo

DIFERENCIAS:



- El bien jurídico protegido es la propiedad
- Es un tipo Monoofensivo

VENTAJAS:

- En El Salvador se regula de forma específica el delito y en Bolivia lo hace de manera implícita.

DESVENTAJAS:

- no existen

2.2.20.9 CUBA ¹³⁶

TITULO V

DELITOS CONTRA LA ECONOMIA NACIONAL

CAPÍTULO VIII

ENGAÑO O PERJUICIO A LOS CONSUMIDORES

ARTÍCULO 227. 1. Se sanciona con privación de libertad de uno a tres años o multa de trescientas a mil cuotas o ambas al que, habitualmente, con ánimo de lucro e infracción de las obligaciones que le estén impuestas por razón del cargo, empleo, ocupación u oficio que desempeñe en una entidad económica estatal:

¹³⁶ www.cubapolidata.com. 16-06-2003



a) venda o ponga a la venta al público artículos incompletos en su composición o peso o deteriorados o en mal estado de conservación;

b) omita adoptar las medidas necesarias para evitar la sustracción, el extravío, el deterioro o la destrucción de los bienes, o parte de ellos, que le entreguen los usuarios del servicio a los efectos de su prestación.

2. En igual sanción incurre el que ponga a la venta, disponga para la exportación o exporte un producto industrial o agrícola con indicación de calidad o designación de marca que no corresponda al producto.

SIMILITUDES:

- La consecuencia jurídica es de uno a tres años
- Exige elementos especiales
- El sujeto activo puede ser cualquier persona

DIFERENCIAS:

- No existe una regulación específica para los distintivos comerciales
- No exige previa inscripción
- Es un tipo básico o fundamental
- Es un delito de habitualidad
- Incluye expresamente productos agrícolas
- La protección es solo para la marca



VENTAJAS:

- La legislación penal salvadoreña incluye además de la marca otros distintivos comerciales
- En el salvador se exige previa inscripción en el registro

DESVENTAJAS:

- En Cuba se castiga la conducta de ofrecer productos agrícolas y exportarlos

2.2.20.10 MEXICO¹³⁷

SUBTITULO CUARTO

DELITOS CONTRA LA FE PUBLICA

CAPITULO II

FALSIFICACION DE SELLOS, LLAVES O MARCAS

Artículo 172.- Al que falsifique llaves, el sello de un particular, o un sello, marca, estampilla, o contraseña de establecimientos comerciales, industriales, de servicio y otras similares, o un boleto o ficha de un espectáculo público, se le impondrán de tres meses a tres años de prisión y de treinta a doscientos cincuenta días multa.

SIMILITUDES:

- Sujeto activo puede ser cualquier persona

¹³⁷ www.sqci.mec.es. 15 – 06- 2003.



- Sujeto pasivo el titular de la marca o el licenciario

DIFERENCIAS:

- Es un delito contra la fe publica
- Solo regula la conducta de falsificar marcas y contraseñas industriales o comerciales y de servicio
- La consecuencia jurídica es de tres meses a tres años de prisión.

VENTAJAS:

- El Código de El Salvador protege una gama de distintivos comerciales.
- Se exigen elementos especiales del injusto
- En el salvador el delito solo esta referido a la actividad en el comercio y la industria, y en México con la fe publica.

DESVENTAJAS:

- No existen



2.2.21 JURISPRUDENCIA

La jurisprudencia es toda interpretación de Ley que hace el juez jurisdiccional para aplicarla a un caso concreto, cuando esta ha sido controvertida mediante el cometimiento del Delito de Violación de Distintivos Comerciales.¹³⁸

Para efectos de la presente Investigación la Jurisprudencia se dividirá en: Jurisprudencia Nacional y Jurisprudencia Internacional.

2.2.21.1 JURISPRUDENCIA INTERNACIONAL

JURISPRUDENCIA ESPAÑOLA¹³⁹

MADRID ESPAÑA

JUZGADO DE LO PENAL No. 23

SENTENCIA 29 – 02 – 2001

CASO CHASE MANHATTAN GROUP.

JUEZ: MARTA PEREIRA PENDO (Magistrada del juzgado de lo penal NO. 23 del partido Judicialista)

DELITO CONTRA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES ARY. 274 CP. ESPAÑOL)

¹³⁸ La Jurisprudencia es la ciencia del derecho/. La interpretación que de la ley hacen los tribunales para aplicarla a los casos sometidos a su jurisdicción. Esta formada por el conjunto de sentencias dictadas por los miembros tribunal sobre una materia determinada. Cabanellas, Guillermo. Op Cit. Pág. 552.

¹³⁹ www.dominiures.com 25- 09 -2003. Vid. Anexo ii



ENTIDAD INFRACTORA: AMERINVES SPAIN

PARTES INTERVINIENTES:

FISCALIA ESPAÑOLA: JOSE ARCINIAGA

ACUSADOR PARTICULAR

DEFENSOR PUBLICO

DISPOSICIÓN: Art. 274 Cpn.

VICTIMA: Chase Manhattan Bank corporation.

DISTINTIVO COMERCIAL: "Manhatan Bank"

REQUISITOS: Conocer que la Marca esta Registrada

Que el sujeto activo actué con Fines Industriales y Comerciales

MEDIOS PROBATORIOS: Documental

Científico

FALLO: Que debo condenar y condeno a XXXXXXXXXXXX por el Delito de Violación de Distintivos Comerciales a 15 meses de prisión e inhabilitación para el ejercicio del comercio por el mismo tiempo y a 200 pesetas mensuales.

COMENTARIO: la sentencia ha sido emitida por uno de los Tribunales de lo Penal de Madrid, donde se conoció el caso "CHASE MANHATTAN GROUP" Relativo a la **Violación de Distintivos Comerciales**; específicamente la marca de servicio "MANHATTAN BANK" Corporación Transnacional que opera en toda Europa y



Estados Unidos, en la transferencia y giros de carácter financieros y prestación de otros servicios Comerciales e Industriales. aquíen mediante correo electrónico y pagina Web se le estaba utilizando ilícitamente el NOMBRE COMERCIAL “**chase manhattan**” por la empresa Americanves Spain, empresa fantasma libre de impuestos; quien se ha dedicado a desarrollar la misma actividad financiera, transferencias y giros y otros servicios comerciales e industriales, publicitando masivamente sus servicios, con el Nombre Comercial y marca de servicio “manhattan bank” sin estar inscrito a su favor y sin tener una licencia de explotación licita comercial o industrial, provocando error o confusión en los clientes de Chase Manhattan Corporation, ya que los Distintivos Comerciales son instrumentos de transparencia en el mercado que, al permitir la identificación del origen empresarial de un producto o servicio se asegura su calidad; en el caso concreto el consumidor de estos productos o servicios podrían creer que están respaldados en sus transacciones comerciales por la corporación Internacional “CHASE MANHATTAN GROUP” entidad con sólido prestigio financiero, y a la cual se le ha producido millonarias perdidas.

Sentencia la cual fue condenatoria tanto en la responsabilidad Penal, Civil e inhabilitación para el ejercicio del Comercio.



2.2.21.2 JURISPRUDENCIA NACIONAL

TRIBUNAL DE SENTENCIA USULUTAN¹⁴⁰

CAUSA No.: U – 224 -12-00

IMPUTADO: José Camilo Romero Argueta

DELITO: Violación de Distintivos Comerciales (previa instancia particular Art. 229 C.Pn.)

VICTIMA: Licorería Euskadi, Sociedad Anónima. Propietaria de la marca Vodka troica y con asiento en Guatemala.

Licores C.A. Sociedad Anónima (Importadora de la Marca.)

BIEN JURIDICO: Orden Socioeconómico

OBJETO MATERIAL: Vodka Troika (Marca)

JUEZ: Lic. Hugo Noe García Guevara

PARTES INTERVINIENTES:

FISCALIA GENERAL DE LA REPUBLICA.

DEFENSOR PARTICULAR.

LUGAR ALLANADO: Venta De Licores y abarrotes Los Pilotos, utilizaba el Distintivo Comercial bajo la patente **Vodka Troika** de forma ilícita, pues ésta estaba inscrita en el Registro de Comercio.

MEDIOS DE PRUEBA: Documental

¹⁴⁰ www.csi.gob.sv.com. 28 -09-2003. Vid. Anexo III



Pericial

Testimonial

Evidencia Física

VALORACION DE LA PRUEBA: Certificación de Registro

Evidencia Física: las cajas de licor con distintivos falsos, distintivos de botellas y tapones.

Pericia

Testigo

Declaración del Imputado.

CONSIDERACIONES DE DISPOSICIONES CITADAS:

Art. 7, 17, 10 lit.I, y 18 del Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial.

RESPONSABILIDAD CIVIL: No fue alegada por las partes en momento oportuno por lo que se absolvió.

FALLO: Declarase al señor JOSE CAMILO ROMERO ARGUETA, de generales mencionadas en el preámbulo de esta sentencia, responsable del delito de VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES, previsto y sancionado en el Art.229 Pn. En perjuicio del **Orden Socioeconómico** y de la propiedad intelectual e industrial de LICORERA EUSKAID, SOCIEDAD ANONIMA, del domicilio de Guatemala, y LICORES CENTRO AMERICANOS, SOCIEDAD ANONIMA; la



primera sociedad como titular del distintivo comercial “**VODKA TROICA**” y la segunda como importadora del producto que ampara dicho distintivo; y se le condena a cumplir con la pena de dos años de prisión. y absuélvase de toda responsabilidad civil.

SENTENCIA CONDENATORIA

COMENTARIO: La sentencia ha sido emitida por el Tribunal de Sentencia de la ciudad de Usulután, donde se conoció el caso de Violación de Distintivos Comerciales, previsto y sancionado en el Art. 229 Cp.

El distintivo comercial violentado fue la marca Vodka Troika inscrita en el Registro de Comercio por lo que es objeto de protección en El Salvador. La titularidad de la entidad licorera Euskadi, Sociedad Anónima con asiento en la Republica de Guatemala, empresa ha concedido los derechos de importar la marca a El Salvador a la Sociedad Anónima Licores Centroamericanos, quienes han probado en juicio oral y público que nunca han concedido el derecho a explotar comercialmente y distribuir la marca Vodka Troika a la empresa venta de licores y abarrotes Los Pilotos; no obstante éste mantiene los productos en venta en cantidades mayores y menores.

Al allanar el establecimiento comercial y tal como consta en la sentencia se incautaron 47 botellas con la marca Vodka Troika, 122 tapones para el sellado de



botella con la marca falsificada, 24 viñetas con la misma tal como lo prueba el informe pericial.

Se comprobó mediante permiso municipal que el propietario del negocio, venta de Licores y Abarrotes los Pilotos es el comerciante Sr. José Camilo Argueta Rivera.

Dicha sentencia fue motivada por medio de disposiciones legales establecidas en el Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial, hoy derogado con la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos del 6 de Junio de 2002.

Vodka Troika marca de fabrica y Distintivo Comercial que usa la Sociedad Mercantil dando una sentencia condenatoria, y debido a que no se aportó prueba tendiente a establecer la responsabilidad civil, el juez lo absuelve de ésta por el delito cometido.

TRIBUNAL QUINTO DE SENTENCIA DE SAN SALVADOR¹⁴¹

CAUSA No.: 163- 2001

IMPUTADO: Guillermo Canahuati

DELITO: Violación de Distintivos Comerciales

VICTIMA: Sankey Industry Co. LTD. (corporacion japonesa)

LUGAR O ESTABLECIMIENTO: Almacén de Repuestos Monterrey

PARTES INTERVINIENTES:

FISCALIA AUXILIAR

DEFENSOR PARTICULAR

¹⁴¹ Ibid. Vid. Anexo IV



JUEZ UNIPERSONAL: José Miguel Valdez Iraheta

LUGAR: Almacenes de repuesto Monterrey

MARCA DE FABRICA O DE COMERCIO: 555 Thee Five

INSCRITA A FAVOR DE: Sankey el 5 - 06 – 2000 quien ha hecho publicaciones en la prensa grafica y en el diario de hoy que la marca 555 esta siendo falsificada en la republica de Taiwán por lo que no debe ser comercializada en el país.

PRUEBA: Pericial

Documental. Certificación del registro de la marca

TIPIFICACION: Violación de privilegios de invención. Art. 229 Violación de Distintivos Comerciales. Marca 555 que distingue repuestos para los sistemas de suspensión de vehículos.

MATERIAL DECOMISADO: 717 cajas de producto con marca 555 thee five

VALORACION DE PRUEBA: Que estaba inscrita, Que se comercializaba, Que eran falsas.

No se probó: - Que el acusado no tenga la autorización para comerciar los productos thee five, que el es el propietario de dicho establecimiento.

RESPONSABILIDAD CIVIL Y COSTAS PROCESALES: Se pidió en el requerimiento, en la acusación; pero no en la Vista publica y no existió prueba que demostrara un perjuicio civil para la corporación.



FALLO: **A.- ABSUÉLVASE** al Imputado **GUILLERMO CANAHUATI**, de las generales mencionadas en el preámbulo de esta sentencia, de toda responsabilidad penal por el Delito Calificado Definitivamente como **VIOLACIÓN DE DISTINTIVOS COMERCIALES**, tipificado y sancionado en el Art. 229 C.Pn., en perjuicio de **SANKEY INDUSTRY CO. LTD**; hecho sucedido en el Almacén de Repuestos Monterrey, ubicado sobre la Calle Rubén Darío, número mil ciento treinta y seis, de esta ciudad.

B.- ABSUELVASE al Imputado **GUILLERMO CAHANUATI**, de las generales mencionadas en el preámbulo de esta sentencia, **DEL PAGO DE RESPONSABILIDAD CIVIL Y COSTAS PROCESALES** ocasionadas en esta Instancia, por el Delito Calificado Definitivamente como **VIOLACIÓN DE DISTINTIVOS COMERCIALES**, tipificado y sancionado en el Art. 229 C.Pn., en perjuicio de **SANKEY INDUSTRY CO. LTD**.

COMENTARIO: La sentencia ha sido dictada por el tribunal quinto de sentencia de San Salvador bajo la causa numero 163-02001. en el cual se ha conocido del delito de Violación de Distintivos Comerciales previsto y sancionado en el Art. 229 C.Pn. en contra del ciudadano salvadoreño **GUILLERMO CANAHUATI** acusado de haber cometido el presente delito en perjuicio de la sociedad mercantil **SANKEY INDUSTRY CO LTD**, corporación Japonesa y con representación Legal en El Salvador.



El acusado mediante el establecimiento Comercial, según se le imputara en el Almacén de Repuestos Monterrey se encontraba Importando y Comercializando productos falsamente identificados, por medio de marca de fabrica y de comercio TREE FIVE 555. Marca que al comprobarse esta inscrita en el Registro de Comercio, esta es protegida por ese mismo hecho por el Estado Salvadoreño.

Durante el proceso se tomo en secuestro los diferentes productos del cual se comprobó no eran originales, grabados en ellos la marca THREE FIVE 555, consistentes en repuesto de vehículos variados desde espiral y terminales de dirección, hasta brazo de cremalleras, que la empresa Sankey Industry Co Ltd, mediante avisos publicitarios informara a los consumidores y propietarios de establecimientos industriales y comerciales que su Marca THREE FIVE 555 estaba siendo reproducida y falsificada en la Republica de Taiwán, e importada y comercializada en El Salvador.

Durante el desarrollo de la vista publica se comprobó que la marca si esta registrada a favor de SANKEY INDUSTRY CO LTD y por ende protegida por la constitución, el convenio de la unión de Paris, y el convenio centroamericano hoy derogado; por lo que se dejo reafirmado que para poder explotar un distintivo comercial hay que estar facultado por la ley.

Mediante informe pericial se comprobó que todos los productos en comiso no tienen características de ser originales, no obstante hay similitudes, ya que la imitación se ha hecho con deficiencias de la marca three five 555 y no han sido impresos o elaborados con los parámetros de calidad de los originales; además se establece que las



piezas encontradas en el allanamiento en la empresa de repuesto monterrey no ofrece ninguna garantía ni rendimiento por lo que su duración es mucho menor a la vida útil de las piezas originales.

El Juez unipersonal en su criterio final hace establecer que: 1°. La Marca THREE FIVE 555 es propiedad de SANKEY INDUSTRY CO LTD japonesa; 2°. Que el establecimiento comercial ALMACENES DE RESPUESTO MONTERREY se encontraron productos falsos conteniendo la marca; 3°. Que los productos por encontrarse en los estándares de venta, es suficiente razón para creer que estaban siendo comercializados, 4°. Que no obstante a esto no se pudo comprobar que el acusado no esta autorizado para la comercialización de la marca, y 5°. Su vinculo actual con el almacén de repuesto Monterrey lo cual genero en el juez el grado de duda y en consecuencia procede a absolverlo de la acusación fiscal y de toda responsabilidad al momento de fallar.

El tribunal así mismo en la sentencia lamenta el menoscabo en el prestigio de SANKEY., por la falsificación de que están siendo objeto sus productos, a manos de productores extranjeros y por la comercialización de los mismos en El Salvador.

En cuanto a la responsabilidad civil el Juez considero absolverlo por no haberse presentado prueba alguna con la cual se pudiera establece el perjuicio económico sufrido por la sociedad mercantil, ni haber existido un pronunciamiento por parte de la Fiscalía durante la vista publica.



Por tanto el fallo en el presente caso fue absolutorio del cometimiento del delito Violación de Distintivos Comerciales, libre de responsabilidad Penal, Civil y de Costas Procesales.



2.2.3 DEFINICION DE TERMINOS BASICOS

BIENES INMATERIALES

Son las realidades que carecen de corporeidad, que son producto o creación intelectual del hombre y a las que el ordenamiento jurídico considera como posible objeto de los derechos subjetivos.

DENOMINACIONES DE ORIGEN

Estas son aquellas indicaciones constituidas por la denominación de un país, región o lugar determinado, usada para designar un producto originario de ese país, región, cuyas cualidades o características se deben exclusiva o esencialmente al medio geográfico en el cual se produce

DERECHO DE AUTOR

Es un derecho básico de la propiedad intelectual y la protección de éste se proyecta sobre la creación intelectual. Es de *possessio iuris*, ya que el derecho de autor tiene contenido patrimonial y es estable y duradero. Puede proyectarse sobre todo tipo de obras escritas, así como todo lo que se produzca y pueda publicarse por dibujo, imprenta, pintura, grabado o cualquier otro sistema impresor, reproductor actual o futuro.



DERECHO DE PROPIEDAD

Cuerpo normativo y doctrinal regulador de los derechos intelectuales que tienen por objeto las obras científicas, artísticas o literarias. Se considera como el derecho que expresa la relación más completa entre el hombre y una cosa o bien.

DERECHO DEL CONSUMO

Conjunto de reglas que protegen al consumidor y que mediante procedimientos eficaces atienden especialmente a la seguridad, la salud y los legítimos intereses de los consumidores, así como la información, educación y fomento de organizaciones de los mismos.

DERECHO MORAL DE AUTOR

Conjunto de facultades que integradas en el derecho de autor se destacan al considerar éste como una forma de manifestarse de la personalidad. Se le señalan las facultades de: que le sea reconocida la paternidad de la obra, el que ésta no sea alterada y el que la obra pueda ser retirada.

Es decir que son todos aquellos derechos inherentes a la persona del autor; y tienen carácter irrenunciable e inalienable.



DERECHOS INTELECTUALES

Son los diferentes tipos de derechos subjetivos que los ordenamientos jurídicos modernos atribuyen a los autores de creaciones espirituales, industriales, comerciantes que utilizan signos identificadores de los resultados de sus actuaciones y que protegen los valores espirituales y materiales incorporados a su empresa.

DIBUJO INDUSTRIAL

Constituyen una modalidad de la propiedad industrial, es toda disposición o conjunto de líneas y/o colores aplicables con un fin comercial a la ornamentación de un producto, empleándose cualquier medio manual, mecánico, químico o combinando cualquiera de ellos. Es frecuente que los modelos y dibujos industriales adopten la forma de reproducción de una obra de arte para explotarla con un fin industrial o comercial.

DISTINTIVOS COMERCIALES

Son aquellos que tienen por objeto identificar determinadas mercancías procedentes de una empresa, estribillos de propaganda de la misma.



EMBLEMAS

Son distintivos genéricos que no identifican tipos de artículos determinados sino que sirven para ser usados en todos los artículos que produzca o distribuya una empresa dada e indican solamente procedencia de dicha empresa.

EXPRESION O SEÑAL DE PUBLICIDAD COMERCIAL

Toda palabra, leyenda, frase, lema, grabado, oración o símbolo o medio similar siempre que sea original y característico, que se emplee con el fin de atraer la atención de los consumidores o usuarios sobre uno o varios productos o servicios, de empresas o establecimiento.

INDICACIONES GEOGRÁFICAS

Es todo nombre geográfico, designación, imagen o signo que designa o evocan país, una región, localidad o un lugar determinado.

INVENCION

Lo que otorga al titular la facultad exclusiva de fabricar, producir, vender o utilizar lo que es objeto de patente.



LEMAS

Son estribillos de propaganda cuyo registro garantiza a su propietario de que no pueden ser imitados por sus competidores.

MARCA

Es un signo distintivo, manifestado de forma material, destinado a diferenciar en el mercado productos o servicios de la industria, del comercio y del trabajo con el propósito de que los productos o servicios sobre los que recae la marca gocen de la ventaja de no confundirse con otros similares.

MARCAS COLECTIVAS

Estas se singularizan por que combinan la titularidad única de la marca, con la pluralidad de sus posibles usuarios.

MARCAS DE COMERCIO

Tienen la misma función que las marcas de fábrica solamente que en relación a la empresa distribuidora y no con la producción.

MARCAS DE FABRICA



Amparan un producto determinado con relación a la empresa que lo fabrica, en consecuencia identifica a la vez el tipo de producto, calidad del mismo y procedencia de una empresa industrial.

MARCAS DE SERVICIO

Es la que sirve para proteger toda índole de actividad especializada brindada por las empresas.

MARCA FAMOSA

Son todas aquellas que son conocidas por todo el público consumidor ya sea dentro del país o fuera de él independientemente del sector al que pertenezcan o a la región.

MARCA REGISTRADA

Es la marca que ha tenido acceso al Registro de la Propiedad Intelectual y mantiene en vigor su inscripción de conformidad con la normativa aplicable. Confiere a su titular el derecho exclusivo de utilizar la marca en el tráfico económico.

MODELOS INDUSTRIALES

Esta modalidad de la propiedad industrial, a diferencia de la marca protege la forma, es decir incluye todo objeto que pueda servir de tipo para la fabricación de un



producto y que sea definible por su estructura, configuración, ornamentación o representación.

MUESTRAS

Consisten en determinadas circunstancias que rodean a determinados artículos como puede ser la forma de un jabón, forma o color del envase, la viñeta del envoltorio y otros similares.

NOMBRE COMERCIAL

Está destinado a distinguir la empresa de las demás de su tipo que se dedican a la misma clase de actividades; ya se empresario individual o social.

PATENTE

Título o certificación expedida por la administración pública mediante la cual se reconoce a favor de determinada persona el derecho exclusivo de fabricar, ampliar, producir y utilizar en la actividad industrial, por cierto tiempo una nueva y determinada invención útil en el área industrial o comercial y dar al comercio o explotar exclusivamente los objetos fabricados.



PROPIEDAD INDUSTRIAL

Es un derecho real que bajo diversas modalidades, reconoce la ley al autor de un invento o descubrimiento que pueda tener una aplicación industrial, así como el derecho que concede el autor de signos especiales para distinguir los productos de otros similares, la base de ésta es proteger la creación del talento.

PROPIEDAD INTELECTUAL

Derecho subjetivo especial que protege la obra del pensamiento o de la actividad intelectual (obras del ingenio, obras intelectuales) que se materializa en una obra literaria, artística o científica.

PROPIEDAD LITERARIA

Conjunto e facultades y derechos que le da la ley a una persona inventora de una obra literaria o artística.

ROTULO DE ESTABLECIMIENTO

Es aquel que sirve para distinguir un local o establecimiento que se dedica a las actividades idénticas o similares y puede aplicarse a las muestras, escaparates y demás accesorios propios para distinguir el establecimiento de otros similares.

SIGNO NOTORIO



Es el signo distintivo conocido por el sector idóneo del público, o en los círculos empresariales afines al mismo, como pertenecientes aun tercero, que ha adquirido dicha calidad por su uso en el país o como consecuencia de la promoción del mismo;



CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO



CAPITULO III

MARCO METODOLOGICO

3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN

La presente investigación requiere para su realización la utilización de métodos y técnicas; ya que serán las herramientas metodológicas que permitirán implementar las distintas etapas, dirigir los procesos mentales y las actividades practicas hacia la consecución de los objetivos formulados; es por ello que en la investigación se empleará el Método Científico que es aquel que opera en concepto, definiciones, hipótesis, variables e indicadores que se constituyen en elementos básicos y proporcionan los recursos necesarios para construir el sistema teórico. Bajo esa perspectiva la investigación es de carácter Hipotético Deductivo por que tiene su fundamento en un sistema de Hipótesis que darán lugar a la inferencia de ciertas deducciones lógicas; a través de sus variables Dependientes e Independientes, además este método deductivo parte de lo general a lo particular, de esa manera los juicios que se emitan sobre el objeto de estudio constituye un proceso que al final terminarán en conclusiones lógicas.



Es así que el equipo investigador toma a bien utilizar los Tipos de Investigación: **Descriptiva**¹⁴² y **Explicativa**; la primera, por que se analizará más a fondo la investigación y se podrá identificar con claridad el problema objeto de estudio; así mismo describir el fenómeno que se da en la actualidad y por ende dar una respuesta apegada a la realidad y comprobar las hipótesis y objetivos planteados en la investigación. Y la segunda, nos permitirá explicar el por que ocurre el problema, el contexto dentro del cual se desarrolla.

Y la Investigación Exploratoria¹⁴³ debido a que el tema objeto a examinar no ha sido abordado y servirá para sentar las bases para un nuevo estudio.

¹⁴² Los estudios Descriptivos miden o evalúan diversos aspectos dimensiones o componentes del fenómeno investigado. HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, et al. Metodología de la Investigación. Segunda edición. McGraw-Hill Interamericana Editores 1998. Pág. 60

¹⁴³ www.altillo.com. 17 – 09 -2003



3.2 POBLACION Y MUESTRA

En toda investigación es necesario contar con sujetos o informantes claves, de los cuales se pueda obtener información medible, por lo tanto es necesario delimitar la población en estudio atendiendo al objeto que se investiga, siendo éste la Violación de Distintivos Comerciales delimitando específicamente al departamento de San Miguel, los agentes a investigar serán aquellas personas que se relacionan directa y objetivamente con la aplicación del derecho al ilícito en mención.

3.2.1 POBLACION¹⁴⁴

La violación de distintivos comerciales es un delito que puede cometerse en el departamento de San Miguel por lo que es necesario conocer los diferentes puntos de vista que tienen los Operadores de Justicia en el ilícito mencionado, para ello se utilizarán diferentes instrumentos seleccionados por el equipo investigador.

Teniendo en cuenta que los sujetos de análisis serán los vinculados a la persecución del delito se procede a delimitar la población que va a ser estudiada y sobre la cual se pretende generalizar los resultados.

La población sujeta de investigación debe situarse en torno a las características de contenido y lugar de la siguiente forma:

¹⁴⁴ Una población es el conjunto de todos los casos que concuerdan con una serie de especificaciones. Ibid. Pág. 204



Los Tribunales de Sentencia, por ser estos quienes emiten las decisiones en el cual se da una resolución del ilícito.

La representación de la Fiscalía General de la Republica a través de los auxiliares del Fiscal General.

La Procuraduría General de la Republica representada por los Defensores Públicos acreditados en el Área Penal.

La Policía Nacional Civil específicamente los Agentes Policiales de la Unidad de Finanzas.

Resultando en tal sentido una población de ochenta y ocho sujetos a investigar (88).

En cuanto a la espacialidad que determina la población a investigar esta será de acuerdo a los límites para el fenómeno objeto de estudio, siendo este el departamento de San Miguel.

3.2.2 MUESTRA¹⁴⁵

En relación a la muestra se hace la distribución correspondiente de la población, en el cual se obtiene una fracción de todo el universo considerado en la investigación para poder obtener los datos necesarios y suficientes del fenómeno objeto de estudio, es decir se obtiene un porcentaje considerado de todo el colectivo.

En la presente investigación se tiene un estimado poblacional estructurado así:

¹⁴⁵ La muestra suele ser definida como un sub grupo de la población, es una parte de la población que contiene teóricamente las mismas características que se desean estudiar en la población respectiva Ibid. Pág. 204



En el departamento de San Miguel se cuenta con dos Tribunales de Sentencia constituido por seis Jueces, con cuarenta y siete Auxiliares Fiscales, quince Defensores Públicos y veinte Agentes Policiales.

Sumando un total de ochenta y ocho elementos de las unidades de análisis (88).

Tomando en cuenta los datos anteriores resultaría una población total de ochenta y ocho por lo que a criterio del equipo investigador, no es necesario obtener una muestra, debido a que la población no es tan amplia, y la toma de ésta no sería adecuada ya que el número de sujetos a encuestar sería mínima.

Por lo tanto en la investigación se cubrirá la población total, resultando así una muestra poblacional.



3.3 SISTEMA DE OPERACIONALIZACION DE HIPÓTESIS

OBJETIVO GENERAL

Analizar la divulgación del Derecho Penal en la protección de Distintivos Comerciales como forma de garantizar los derechos amparados por la propiedad industrial, derechos del consumidor y del orden socioeconómico.



HIPOTESIS GENERAL

A mayor divulgación del derecho penal en relación a la propiedad industrial mayor será la protección de los distintivos comerciales.



VARIABLE INDEPENDIENTE Mayor divulgación del Derecho Penal En la Propiedad Industrial	INDICADORES - Derecho Penal - Propiedad Industrial
VARIABLE DEPENDIENTE Mayor será la protección a los Distintivos Comerciales	INDICADORES - Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos - Distintivos Comerciales



OBJETIVO ESPECIFICO I

Identificar la efectividad del derecho penal en la protección de los Distintivos Comerciales.



HIPOTESIS ESPECÍFICA

A mayor efectividad del derecho penal mayor garantía para la protección de los Distintivos Comerciales

VARIABLE INDEPENDIENTE Mayor efectividad del derecho Penal	INDICADORES - Seguridad Jurídica - Norma penal en blanco
VARIABLE DEPENDIENTE Mayor garantía para la protección De Distintivos Comerciales	INDICADORES - Derechos Inscritos en el Registro de Propiedad Intelectual - Instancia Particular - Instrumentos Internacionales - Sujetos Procesales



OBJETIVO ESPECIFICO II

Determinar en que medida la reproducción, imitación, modificación u otra utilización indebida de los distintivos comerciales amparados en la propiedad industrial afectan los derechos del consumidor.



HIPOTESIS ESPECÍFICA

A mayor realización de las conductas tipificadas en el delito Violación de Distintivos Comerciales mayor afectación a los derechos del consumidor.



VARIABLE INDEPENDIENTE Mayor realización de Conductas Tipificadas en el delito Violación de Distintivos Comerciales	INDICADORES - Sujeto Activo - Reproducir, Imitar, modificar, utilizar un signo distintivo, poseer para el comercio. - Bien Jurídico Protegido
VARIABLE DEPENDIENTE Mayor afectación a derechos del Consumidor	INDICADORES Derechos del Consumidor



OBJETIVO ESPECIFICO III

Determinar en que medida el creciente desarrollo tecnológico, comercial o industrial facilitan el cometimiento del ilícito violación de distintivos comerciales.



HIPOTESIS ESPECÍFICA

A mayor desarrollo tecnológico, comercial o industrial mayor cometimiento del delito violación de distintivos comerciales.



VARIABLE INDEPENDIENTE Mayor desarrollo tecnológico, Comercial o industrial	INDICADORES - creciente desarrollo tecnológico - Tratado de Libre Comercio
VARIABLE DEPENDIENTE Mayor cometimiento del delito Violación de distintivos comerciales	INDICADORES cometimiento del delito



3.4 TECNICAS E INSTRUMENTOS

En toda investigación científica y para efectos de lograr una eficaz recolección de información es de esencial importancia que el equipo investigador haga uso de ciertos instrumentos de investigación generalmente utilizados y aprobados por normas internacionales de elaboración y presentación, así las técnicas a utilizar son:

a.- Técnica de Investigación Documental

Consiste en la recopilación de datos teóricos que serán sistematizados en el desarrollo temático de la investigación¹⁴⁶ y se clasifican así:

- Fuentes Primarias: Entre las que se encuentran; la Constitución, Código Penal, Los tratados Internacionales, la doctrina Penal.
- Fuentes Secundarias: En este tipo tenemos; boletines. Periódicos, documentos varios, separatas, Internet.
- Fichas de Trabajo y Bibliografías: Las primeras permitirán recopilar la información proveniente de libros, revistas, periódicos, documentos, concentrando de esa forma la información directa. Las segundas proporcionan la base para escribir los datos bibliográficos y así identificar las fuentes de donde procede el material consultado. Las fuentes a utilizar son: Bibliotecas judiciales, bibliotecas Virtuales etc.

¹⁴⁶ Tamayo y Tamayo, Mario. Metodología de la Investigación Científica. 2ª. Edición. Editorial Limusa. México 1994 Pas. 180



b.- Técnica de Investigación de Campo, entre estas tenemos:

En la presente investigación y atendiendo a la naturaleza de la información que se quiere recolectar el equipo investigador a destinado a bien emplear técnicas de recolección de datos y se utilizará la Encuesta¹⁴⁷ para recopilar la información de campo, que permitirá obtener resultados sujetos a revisión, medibles y precisos en cuanto a que el cuestionario de la misma es elaborado de acuerdo a los indicadores obtenidos de las variables hipotéticas que en estudio se plantean.

Esta técnica sirve para recopilar información sobre una parte de la población denominada muestra, en este caso se formulan preguntas sobre los diversos indicadores que se pretenden explorar a través del instrumento. La encuesta se va analizar en la muestra que se obtenga de la población, mediante el instrumento del Cuestionario¹⁴⁸ que consiste en un conjunto de preguntas que en total miden a menos tres variables propuestas y son de carácter cerradas de tres alternativas (SI , NO , EN PARTE) con el cual se pretende extraer información sobre el delito violación de distintivos comerciales.

En algunos ITEM dentro del instrumento se presenta la petición de explicación de la respuesta, esto no quiere decir que las preguntas se vuelvan abiertas y degenerar así el instrumento, sino que con ello se pretende comprobar la autenticidad de la respuesta.

¹⁴⁷ Vid. Anexo V

¹⁴⁸ Es el instrumento mas utilizado para recolectar datos, consiste en un conjunto de preguntas respecto a una o mas variables a medir, se pueden hacer de dos tipos abiertas o cerradas. Hernández Sampieri. Et al. Op. Cit. Pág. 285



CAPITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS



APITULO IV

ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

En este apartado se muestran los resultados obtenidos en la investigación de campo, realizada a través del instrumento de la encuesta.

Se presenta primeramente una Tabla General que contiene el numero de respuestas que se obtuvieron de acuerdo a cada una de las interrogantes planteadas en el instrumento, el cual constaba de quince ítems, cada una perteneciendo a un indicador correspondiente a las hipótesis formuladas.

Posteriormente dentro de la esquematización de resultados se presenta la Comprobación de las Hipótesis a través de una Tabla Resumen por indicador, en donde se realizan un resumen de respuestas correspondiente a cada criterio¹⁴⁹ contenido en el instrumento.

Luego se realiza una Tabla (2) en donde se muestra los subtotales obtenidos de las variables dependientes e independientes con sus respectivos totales, para luego obtener una tercera Tabla con los valores obtenidos de la tabla numero dos, de la siguiente forma: Se pasan los totales en forma diagonal, se suman las Variables

¹⁴⁹ Los criterios a utilizar fueron SI, NO EN PARTE por lo que se cuenta con tres criterios a valorar.



Independientes con las Variables Dependientes y el resultado se coloca en parte superior de la tabla (3), se suman las variables Dependientes con las Variables Independientes y el resultado se escribe en la parte inferior.

Para obtener la Tabla de Contingencia (4) se refleja la Frecuencia Obtenida por cada uno de los criterios, Así como también se presenta encerrada entre paréntesis la Frecuencia Esperada, la cual se ha obtenido ejecutando la formula estadística siguiente: $Fe = (Fmf / Fmc * T)^{150}$, es decir cada uno de los totales de la Tabla (3) se multiplica por cada uno de los totales de la columna y se divide entre el total general.

Posteriormente se obtiene el Chi Cuadrado¹⁵¹, Tabla (5), para cada hipótesis, el cual responde a la formula siguiente: $X^2 = \sum (fo - fe)^{152}$.

Fe

Se utilizan los datos de las Filas y Columnas de las Tablas 3 y 4.

Después se presentan los Grados de Libertad, así como el Grado de Confianza Aplicables a través de una grafica, mediante la formula: $K = (F - 1) (C - 1)$.

¹⁵⁰ En donde los valores son: Fe. Frecuencia Esperada, FmF. Frecuencia Marginal por fila, FmC. Frecuencia Marginal por columna, T total. Equivale a decir frecuencia esperada es igual a frecuencia marginal por fila por frecuencia marginal por columna dividido entre el total.

¹⁵¹ Es una prueba estadística para evaluar hipótesis acerca de la relación entre dos variables categóricas. Hernández Sampieri, Roberto Et, al. Op. Cit. Pág. 408.

¹⁵² Los valores son los siguientes: X Chi, Σ suma, Fo Frecuencia Observada, Fe. Frecuencia Esperada.



Al encontrar que el Chi Cuadrado es superior al nivel de confianza obtenido se demuestra la aceptabilidad de cada hipótesis, por lo que en la presente investigación las hipótesis que se plantearon han sido comprobadas de forma positiva.

Posterior se presenta el análisis e interpretación de resultados de cada interrogante con su respectivo porcentaje.



4.1 PRESENTACION DE RESULTADOS

Tabla de presentación de resultados de forma general perteneciente a cada interrogante con su alternativa y el numero de encuestados que respondieron a cada una de ellas.

No.DE INTERROGANTE	ALTERNATIVA		
	SI	NO	EN PARTE
1	81	3	4
2	69	4	15
3	58	24	6
4	76	2	10
5	49	13	26
6	22	53	13
7	75	12	1
8	20	64	4
9	7	64	17
10	68	8	12
11	67	15	6
12	63	11	14
13	46	15	27
14	53	21	14
15	33	47	8



HIPOTESIS GENERAL

TABLA DE PRESENTACION DE RESULTADOS

	Indicador	Si	No	En Parte
VI	1	81	3	4
	2	69	4	15
	Sub total	150	7	19
VD	1	58	24	6
	2	76	2	10
	Sub total	134	26	16
	Total	284	33	35

TABLA DE SUB TOTALES

	Si	No	En Parte
Sub total VI	150	7	19
Sub Total VD	134	26	16
Totales	284	33	35

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	284	176	166	626
No	141	33	23	197
En parte	153	45	35	233
Total	578	254	224	1056



TABLA DE CONTINGENCIA

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	342.64	150.57	132.78	625.99
No	107.82	47.38	41.78	196.98
En parte	127.33	56.04	49.42	232.99
Total	577.99	253.99	223.98	1055.96

PROCEDIMIENTO DE OBTENCION DE LA FRECUENCIA ESPERADA

$Fe = \frac{Fmf \times Fmc}{T}$

T

$$Fe = \frac{578/626}{1056} = \frac{361, 878}{1056} = 342.64$$

$$Fe = \frac{578/197}{1056} = \frac{113, 866}{1056} = 107.82$$

$$Fe = \frac{578/233}{1056} = \frac{134, 674}{1056} = 127.53$$

$$Fe = \frac{254/626}{1056} = \frac{159, 004}{1056} = 150.57$$

$$Fe = \frac{254/197}{1056} = \frac{50, 038}{1056} = 47.38$$

$$Fe = \frac{254/233}{1056} = \frac{59, 182}{1056} = 56.04$$



$$\frac{224}{1056} = \frac{140,224}{1056} = 132.78$$

$$\frac{224}{1056} = \frac{44,128}{1056} = 41.78$$

$$\frac{224}{1056} = \frac{52,192}{1056} = 49.42$$

TABLA DE CHI CUADRADO

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	10.03	4.29	8.31	22.63
No	10.21	4.36	8.44	23.01
En parte	5.08	2.17	4.20	11.45
Total	25.32	10.82	20.95	57.09

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL CHI CUADRADO

$$X^2 = \sum \frac{(F_o - F_e)^2}{F_e}$$

$$X^2 = \frac{(284 - 342.64)^2}{342.64} = \frac{3438.64}{342.64} = 10.03$$

$$X^2 = \frac{(176 - 150.57)^2}{150.57} = \frac{646.68}{150.57} = 4.29$$

$$X^2 = \frac{(166 - 132.78)^2}{132.78} = \frac{1103.56}{132.78} = 8.31$$



$$X^2 = \frac{(141 - 107.82)^2}{107.82} = \frac{1100.91}{107.82} = 10.21$$

$$X^2 = \frac{(33 - 47.38)^2}{47.38} = \frac{206.78}{47.38} = 4.36$$

$$X^2 = \frac{(23 - 41.78)^2}{41.78} = \frac{352.68}{41.78} = 8.44$$

$$X^2 = \frac{(153 - 127.53)^2}{127.53} = \frac{648.72}{127.53} = 5.08$$

$$X^2 = \frac{(45 - 56.04)^2}{56.04} = \frac{121.88}{56.04} = 2.17$$

$$X^2 = \frac{(35 - 49.42)^2}{49.42} = \frac{207.93}{49.42} = 4.20$$

Chi Cuadrado de Hipótesis General = 57.09 (5.70)

GRAFICA DE PRESENTACION DE GRADOS DE LIBERTAD

$$GL = (C - 1)(F - 1)$$

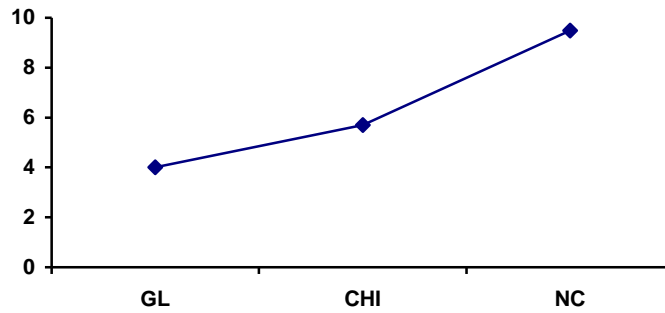
$$GL = (3 - 1)(3 - 1)$$

$$= 2 \quad 2$$

$$= 4$$



Por lo tanto el Grado de Libertad con el que se trabaja es de 4 determinando el nivel de confianza¹⁵³ de 0.05



¹⁵³ El nivel de confianza se determina de acuerdo a los niveles preestablecidos en las Tablas de Confianza. *Ibíd.* Pág. 472



HIPOTESIS ESPECÍFICA I

TABLA DE PRESENTACION DE RESULTADOS

	Indicador	Si	No	En Parte
VI	1	49	13	26
	2	22	53	13
	Sub total	71	66	39
VD	1	75	12	1
	2	20	64	4
	3	7	64	17
	Sub total	102	140	22
	Total	173	206	61

TABLA DE SUB TOTALES

	Si	No	En Parte
Sub total VI	71	66	39
Sub Total VD	102	140	22
Totales	173	206	61

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	173	211	93	477
No	168	206	88	462
En parte	141	179	61	381



Total	482	596	242	1320
-------	-----	-----	-----	------

TABLA DE CONTINGENCIA

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	174.17	215.37	87.45	476.99
No	168.70	208.60	84.70	462.00
En parte	139.12	172.02	69.85	380.99
Total	481.99	595.99	242.00	1319.98

PROCEDIMIENTO DE OBTENCION DE LA FRECUENCIA ESPERADA

$$Fe = \frac{Fmf \times Fmc}{T}$$

T

$$Fe = \frac{482/477}{1320} = \frac{229,914}{1320} = 174.17$$

$$Fe = \frac{482/462}{1320} = \frac{222,684}{1320} = 168.70$$

$$Fe = \frac{482/381}{1320} = \frac{183,642}{1320} = 139.12$$

$$Fe = \frac{596/477}{1320} = \frac{284,292}{1320} = 215.37$$

$$Fe = \frac{596/462}{1320} = \frac{275,352}{1320} = 208.60$$



$$\begin{array}{ccccc} & 1320 & & 1320 & \\ \text{Fe} = & 596/381 & = & 227,076 & = & 172.02 \\ & 1320 & & 1320 & & \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccc} \text{Fe} = & 242/477 & = & 115,434 & = & 87.45 \\ & 1320 & & 1320 & & \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccc} \text{Fe} = & 242/462 & = & 111,804 & = & 84.70 \\ & 1320 & & 1320 & & \end{array}$$

$$\begin{array}{ccccc} \text{Fe} = & 242/381 & = & 92,202 & = & 69.85 \\ & 1320 & & 1320 & & \end{array}$$

TABLA DE CHI CUADRADO

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	0.00	0.08	0.35	0.43
No	0.00	0.03	0.12	0.15
En parte	0.02	0.28	1.12	1.42
Total	0.02	0.39	1.59	2.00

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL CHI CUADRADO

$$X^2 = \sum (F_o - F_e)^2$$

F_e

$$X^2 = \frac{(173 - 174.17)^2}{174.17} = \frac{1.36}{174.17} = 0.00$$



$$X^2 = \frac{(211 - 215.37)^2}{215.37} = \frac{19.09}{215.37} = 0.08$$

$$X^2 = \frac{(93 - 87.45)^2}{87.45} = \frac{30.80}{87.45} = 0.35$$

$$X^2 = \frac{(168 - 168.70)^2}{168.70} = \frac{0.49}{168.70} = 0.00$$

$$X^2 = \frac{(206 - 208.60)^2}{208.60} = \frac{6.76}{208.60} = 0.03$$

$$X^2 = \frac{(88 - 84.70)^2}{84.70} = \frac{10.89}{84.70} = 0.12$$

$$X^2 = \frac{(141 - 139.12)^2}{139.12} = \frac{3.53}{139.12} = 0.02$$

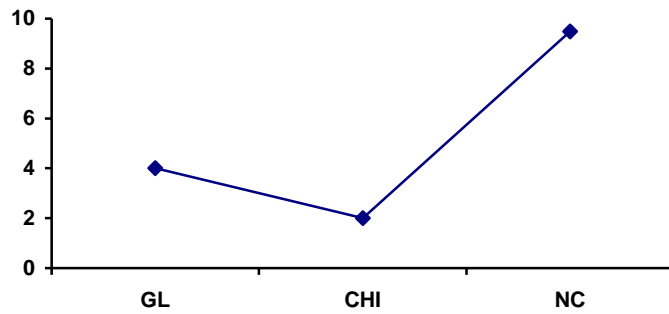
$$X^2 = \frac{(179 - 172.02)^2}{172.02} = \frac{48.75}{172.02} = 0.28$$

$$X^2 = \frac{(61 - 69.85)^2}{69.85} = \frac{78.32}{69.85} = 1.12$$

Chi Cuadrado de Hipótesis Especifica I = 2.00



GRAFICA DE PRESENTACION DE GRADOS DE LIBERTAD





HIPOTESIS ESPECÍFICA II

TABLA DE PRESENTACION DE RESULTADOS

	Indicador	Si	No	En Parte
VI	1	68	8	12
	2	67	15	6
	Sub total	135	23	18
VD	1	63	11	14
	Sub total	63	11	14
	Total	198	34	32

TABLA DE SUB TOTALES

	Si	No	En parte
Sub total VI	135	23	18
Sub Total VD	63	11	14
Totales	198	34	32

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	198	146	149	493
No	86	34	37	157
En parte	81	29	32	142
Total	365	209	218	792



TABLA DE CONTINGENCIA

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	227.20	130.09	135.69	492.98
No	72.35	41.43	43.21	156.99
En parte	65.44	37.47	39.08	141.99
Total	364.99	208.99	217.98	791.96

PROCEDIMIENTO DE OBTENCION DE LA FRECUENCIA ESPERADA

$$Fe = \frac{Fmf \times Fmc}{T}$$

T

$$Fe = \frac{365/493}{792} = \frac{179,945}{792} = 227.20$$

$$Fe = \frac{365/157}{792} = \frac{57305}{792} = 72.35$$

$$Fe = \frac{365/142}{792} = \frac{51,830}{792} = 65.44$$

$$Fe = \frac{209/493}{792} = \frac{103,037}{792} = 130.09$$

$$Fe = \frac{209/157}{792} = \frac{32813}{792} = 41.43$$



$$Fe = \frac{209}{792} = \frac{29,678}{792} = 37.47$$

$$Fe = \frac{218}{792} = \frac{107,474}{792} = 135.69$$

$$Fe = \frac{218}{792} = \frac{34226}{792} = 43.21$$

$$Fe = \frac{218}{792} = \frac{309,56}{792} = 39.08$$

TABLA DE CHI CUADRADO

VD \ VI	Si	No	En parte	Total
Si	3.75	1.94	1.30	6.99
No	2.57	1.33	0.89	4.79
En parte	3.69	1.91	1.28	6.88
Total	10.01	5.18	3.47	18.66

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL CHI CUADRADO

$$X^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

Fe

$$X^2 = \frac{(198 - 227.20)^2}{227.20} = 852.64 = 3.75$$

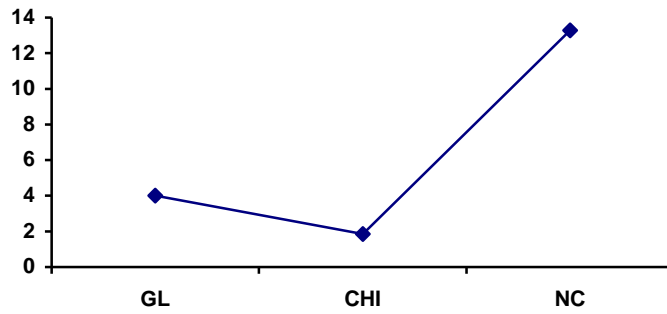


$$\begin{array}{r} 227.20 \\ X^2 = (146 - 130.09)^2 \\ 130.09 \end{array} = \begin{array}{r} 227.20 \\ 253.12 \\ 130.09 \end{array} = 1.94$$
$$\begin{array}{r} X^2 = (149 - 135.69)^2 \\ 135.69 \end{array} = \begin{array}{r} 177.15 \\ 135.69 \end{array} = 1.30$$
$$\begin{array}{r} X^2 = (86 - 72.35)^2 \\ 72.35 \end{array} = \begin{array}{r} 186.32 \\ 72.35 \end{array} = 2.57$$
$$\begin{array}{r} X^2 = (34 - 41.43)^2 \\ 41.43 \end{array} = \begin{array}{r} 55.20 \\ 41.43 \end{array} = 1.33$$
$$\begin{array}{r} X^2 = (37 - 43.21)^2 \\ 43.21 \end{array} = \begin{array}{r} 38.56 \\ 43.21 \end{array} = 0.89$$
$$\begin{array}{r} X^2 = (81 - 65.44)^2 \\ 65.44 \end{array} = \begin{array}{r} 242.11 \\ 65.44 \end{array} = 3.69$$
$$\begin{array}{r} X^2 = (29 - 37.47)^2 \\ 37.47 \end{array} = \begin{array}{r} 71.74 \\ 37.47 \end{array} = 1.91$$
$$\begin{array}{r} X^2 = (32 - 39.08)^2 \\ 39.08 \end{array} = \begin{array}{r} 50.12 \\ 39.08 \end{array} = 1.28$$

Chi Cuadrado de Hipótesis Especifica II = 18.64 (1.86)



GRAFICA DE PRESENTACION DE GRADOS DE LIBERTAD





HIPOTESIS ESPECÍFICA III

TABLA DE PRESENTACION DE RESULTADOS

	Indicador	Si	No	En Parte
VI	1	46	15	27
	Sub total	46	15	27
VD	1	53	21	14
	2	33	47	8
	Sub total	86	68	22
	Total	132	83	49

TABLA DE SUB TOTALES

	Si	No	En parte
Sub total VI	46	15	27
Sub Total VD	86	68	22
Totales	132	83	49

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	132	114	68	314
No	101	83	37	221
En parte	113	95	49	257
Total	346	292	154	792



TABLA DE CONTINGENCIA

VI \ VD	Si	No	En parte	Total
Si	137.17	115.76	61.05	313.98
No	96.54	81.47	42.97	220.98
En parte	112.27	94.75	49.97	256.99
Total	345.98	291.98	153.99	791.95

PROCEDIMIENTO DE OBTENCION DE LA FRECUENCIA ESPERADA

$$Fe = \frac{Fmf \times Fmc}{T}$$

T

$$Fe = \frac{346/314}{792} = \frac{108,644}{792} = 137.17$$

$$Fe = \frac{346/221}{792} = \frac{76,466}{792} = 96.54$$

$$Fe = \frac{346/257}{792} = \frac{88,922}{792} = 112.27$$

$$Fe = \frac{292/314}{792} = \frac{91,688}{792} = 115.76$$

$$Fe = \frac{292/221}{792} = \frac{64,532}{792} = 81.47$$



$$Fe = \frac{292}{792} = \frac{750.44}{792} = 94.75$$

$$Fe = \frac{154}{792} = \frac{48356}{792} = 61.05$$

$$Fe = \frac{154}{792} = \frac{34,034}{792} = 42.97$$

$$Fe = \frac{154}{792} = \frac{395,78}{792} = 49.97$$

TABLA DE CHI CUADRADO

VD \ VI	Si	No	En parte	Total
Si	0.19	0.02	0.79	1.00
No	0.20	0.02	0.82	1.04
En parte	0.00	0.00	0.01	0.01
Total	0.39	0.04	1.62	2.05

PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DEL CHI CUADRADO

$$X^2 = \sum \frac{(Fo - Fe)^2}{Fe}$$

Fe



$$X^2 = \frac{(132 - 137.17)^2}{137.17} = 26.72 = 0.19$$

$$X^2 = \frac{(114 - 115.76)^2}{115.76} = 3.09 = 0.02$$

$$X^2 = \frac{(68 - 61.05)^2}{61.05} = 48.30 = 0.79$$

$$X^2 = \frac{(101 - 96.54)^2}{96.54} = 19.89 = 0.20$$

$$X^2 = \frac{(83 - 81.47)^2}{81.47} = 2.34 = 0.02$$

$$X^2 = \frac{(37 - 42.97)^2}{42.97} = 35.64 = 0.82$$

$$X^2 = \frac{(113 - 112.27)^2}{112.27} = 0.53 = 0.00$$

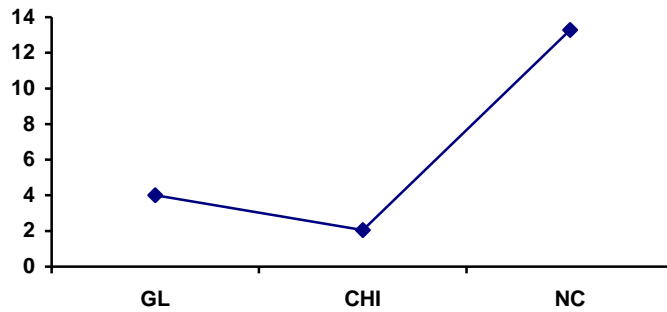
$$X^2 = \frac{(95 - 94.75)^2}{94.75} = 0.06 = 0.00$$

$$X^2 = \frac{(49 - 49.97)^2}{49.97} = 0.94 = 0.01$$

Chi Cuadrado de Hipótesis Especifica III = 2.05



GRAFICA DE PRESENTACION DE GRADOS DE LIBERTAD





4.2 ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

En éste apartado es necesario proceder al análisis de cada una de las interrogantes que se plantearón en la encuesta realizada a Jueces, Fiscales, Defensores y Policías de la Zona Oriental de El Salvador específicamente en el departamento de San Miguel, de tal manera que es fundamental hacer las siguientes consideraciones:

La encuesta fue dirigida hacia una población total de ochenta y ocho, distribuidas entres Jueces, Fiscales, Defensores y Policías, sin embargo es de mencionar que se omitió la encuesta al Licenciado Carlos Solórzano Trejo, Juez Primero de Sentencia del departamento de San Miguel, por ser el asesor de contenido del presente estudio investigativo y en sustitución para no deformar el universo de la población a encuestar se realizó al Licenciado Hugo Noe García Guevara Juez de Sentencia del departamento de Usulután, ya que emitió una sentencia del delito en estudio.



PREGUNTA NUMERO UNO

¿Diga usted si en el Titulo IX Orden Socioeconómico del Código Penal se regula un Capitulo referido a los Delitos contra la Propiedad Industrial y entre ellos el de Violación de Distintivos Comerciales?.

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	81	92.05
NO	3	3.40
EN PARTE	4	4.55
TOTAL	88	100

La presente interrogante fue dirigida con la finalidad de obtener del encuestado una reflexión precisa y general del tema en estudio, para ello debe decirse que la Constitución de la Republica ha establecido las disposiciones de protección de la Propiedad Industrial en el Art. 101 Inc. 3° y 110 Inc. 2°, bajo el titulo Orden Económico, desarrollado posteriormente en el Código Penal, lo que en doctrina se denomina Derecho Penal Económico, siendo aquel un conjunto de normas jurídico penales que protegen el patrimonio (propiedad inmaterial), pero también los intereses supraindividuales como es el orden económico y la normal distribución de los bienes y servicios al consumidor como derechos sociales o colectivos.

Por tanto se da la intervención de la norma penal como último recurso del derecho, cada vez más frecuente ante conductas atentatorias y de gran contenido económico.



Obteniendo así que un porcentaje muy elevado de los sujetos encuestados, manifiestan que efectivamente conocen de la existencia del tipo penal y por técnica legislativa se remite a una norma extrapenal, para tal efecto son los Tratados Internacionales y la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, obteniendo un resultado satisfactorio, pues como todo profesional del derecho, están en la capacidad y obligación de conocer los ilícitos regulados en el Código Penal y por ende la lesión que se hace al bien jurídico que protege la norma, lo cual se constituye en un delito de mayor importancia en el ejercicio de la actividad comercial e industrial.

Mientras que el mínimo de los sujetos encuestados manifestarán no conocer tal regulación, debiéndose esto en algunos casos al poco interés que el tema despierta en un determinado sector de la comunidad jurídica en el departamento de San Miguel y a su poca persecución ejercida en los tribunales respectivos.

Por otra parte puede observarse que solo un ínfimo porcentaje de la población encuestada tiene conocimiento del tema pero en una escala limitada, lo cual significa que no obstante saber que el Código Penal regula algunas conductas atentatorias al libre mercado e industria éstos desconocen en definitiva cuales son esos delitos y el objeto de protección material de la norma.



PREGUNTA NUMERO DOS

¿Conoce que es la Propiedad Intelectual y la Propiedad Industrial?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	69	78.41
NO	4	4.55
EN PARTE	15	17.04
TOTAL	88	100

Como un elemento esencial para la investigación, se ha interrogado a los encuestados sobre el tema de la Propiedad Intelectual e Industrial definida la primera; como el conjunto de facultades que corresponden a una persona a la que se denomina autor, por la creación de una obra y a las facultades de disposición sobre la misma, mas que todo de carácter artístico y literario. Y la segunda; es entendida como el conjunto de derechos que el Estado concede a una Persona Natural o Jurídica autora del Distintivo Comercial que tenga como función en la industria y el comercio distinguir sus productos y servicios de otros similares.

Precisamente el progreso de la humanidad radica en el comportamiento inteligente del hombre, su capacidad creativa y los avances en las esferas de la tecnología y la cultura, es así que tal y como lo refleja el cuadro anterior se obtuvo un porcentaje muy alto, que manifestó tener conocimiento sobre lo que hoy en día se



discute es la propiedad intelectual e industrial, lo cual es muy satisfactorio, ya que está vinculado de forma directa con el desarrollo de la inteligencia humana y la expansión del comercio mundial.

Un mínimo porcentaje de encuestados dijo desconocerlo debido a la poca participación que tienen los especialistas en la divulgación de la misma, ya que El Salvador no necesariamente es un país generador de Signos Distintivos famosos.

Otra parte del Universo, no obstante, no tener un conocimiento específico del tema si dijo conocerlo de forma parcial y abstracta, por la especialidad de los derechos de Propiedad Industrial que consagran Leyes y Tratados Internacionales en el país.



PREGUNTA NUMERO TRES

¿Tiene conocimiento que en Junio de 2002 entro en vigencia la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos como forma directa de brindar protección especial a los Distintivos Comerciales?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	58	65.91
NO	24	27.27
EN PARTE	6	6.82
TOTAL	88	100

El anterior cuadro refleja que un porcentaje mayor contestó a la interrogante tener conocimiento de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, como una ley especial, propia y mas completa que sufragara los vacíos que el Convenio Centroamericano de Protección a la Propiedad Industrial ya denunciado por El Salvador (1999), contenía en su articulado. Siendo el objeto de la ley la regulación de todo lo concerniente a la preservación, mantenimiento, registro, protección, modificación y licencia de marcas, nombre comercial, señales de publicidad comercial, emblemas, indicaciones geográfica y denominaciones de origen, así como las represiones contra la competencia desleal. Art. 1

Siendo ésta una ley que de forma directa protege los distintivos comerciales previamente inscritos.



Una parte considerable del universo encuestado manifestó no tener conocimiento de la vigencia de una nueva ley de marcas y otros signos distintivos, lo que obedece a la poca divulgación de los entes encargados y a la especialización de un sector muy reducido conocedor de la materia y que se mantienen pendiente de la aprobación y vigencia de nuevas leyes; y solo un aproximado muy bajo de los sujetos encuestados manifestó tener conocimiento en parte de la existencia de una nueva ley lo cual debe interpretarse como un conocimiento no concreto sino mas bien solo a nivel de comentarios.



PREGUNTA NUMERO CUATRO

¿Sabe usted que es una marca, nombre comercial, expresión o señal de publicidad comercial, lema, emblema, etc.?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	76	86.36
NO	2	2.27
EN PARTE	10	11.37
TOTAL	88	100

La mayoría de las personas contestaron afirmativamente la interrogante que se planteó indicando que éstos son el objeto de protección de los distintivos comerciales regulados en el Art. 229 Pn. Y desarrollados en la ley de Marcas y Otros signos Distintivos Art. 2. Siendo la Marca: aquel signo, combinación de signos visualmente perceptibles, los cuales por sus características especiales sirven para distinguir claramente los productos y servicios de una persona, a los bienes y servicios de otra persona que sean similares o de la misma naturaleza y que pertenezcan o no a la misma clase.

Nombre Comercial: es un signo denominativo o mixto con el cual se identifica o distingue una empresa o un establecimiento.

Expresión o señal de Publicidad comercial: es toda palabra, leyenda o frase, lema, gravado, oración o símbolo o medio similar siempre que sea original y



característico que se emplee con el fin de atraer la atención del público consumidor, sobre uno o varios productos o servicios.

Emblema: es un signo figurativo, simbólico o alegórico que identifica o distingue una empresa, producto o servicio.

El resto de la población, un mínimo porcentaje dijo no conocerlo y se debe al poco interés que presenta la comunidad jurídica en el conocimiento de cada uno de ellos, y por que desconocen en alguna medida el significado que tienen en el comercio los signos distintivos.

Al referirse al “En parte” el porcentaje fue menor dejando a entrever que es un tema muy amplio y que no obstante se expresa implícitamente en cada intercambio de bienes y servicios que se realiza como comerciante o consumidor final, no comprende la diferenciación entre cada una de las figuras.



PREGUNTA NUMERO CINCO

¿Considera que la protección penal de los Distintivos Comerciales proporciona Seguridad Jurídica a Inversionistas Nacionales y Extranjeros salvaguardando sus ganancias, manteniendo su fama comercial y la preferencia en el mercado de sus marcas?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	49	55.68
NO	13	14.77
EN PARTE	26	29.55
TOTAL	88	100

En la presente interrogante se tuvo una aprobación con el mínimo porcentaje del aspecto que se interrogaba lo cual debe interpretarse que la población encuestada si considera que al establecer protección penal de los distintivos comerciales se brinda por parte del Estado Salvadoreño a los comerciantes e industriales mayor seguridad jurídica (siendo éste solo un aspecto de ella). Exigencias que con el auge del desarrollo de la tecnología, el comercio y la industria se acrecentan por la necesidad de abrir mercados constituyendo la seguridad jurídica un requisito indispensable en las operaciones comerciales, ya que es de ésta manera como sus productos no podían ser imitados o falsificados.

Cualquier comerciante o industrial quería comercializar sus productos y servicios en un país que le asegure la protección contra terceros que sin autorización previa se



aprovechen con fines comerciales o industriales de la fama comercial ganada por su producto o servicio.

Existiendo el ordenamiento jurídico de protección de los distintivos éste será de obligatorio cumplimiento y como consecuencia lógica, éstos estarían protegidos contra aquellos que quieran sacar provecho de la calidad y confianza de los consumidores de esa marca y evitar así la proliferación de la competencia desleal.

Un porcentaje reducido manifiesta que la protección penal de los distintivos comerciales que El Salvador ha establecido no genera seguridad jurídica en el comercio y la industria, por que el ejercicio del comercio y la industria no depende de la protección penal que se les dé, sino de la demanda que exista de los productos y servicios en el público consumidor.

Así como un porcentaje menor considera que de alguna manera al dar protección penal a los distintivos comerciales se proporciona seguridad jurídica, pero solo en parte, puesto que el solo hecho de la existencia de un marco jurídico vigente no lo es todo, además las inversiones no solo dependen de dar seguridad jurídica sino de las condiciones propias del mercado.



PREGUNTA NUMERO SEIS

¿Desde su punto de vista se lesiona el Principio de Legalidad al hacer uso de Normas Penales en Blanco para configurar el tipo penal Violación de Distintivos Comerciales?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	22	25.00
NO	53	60.23
EN PARTE	13	14.77
TOTAL	88	100

La respuesta obtenida en la interrogante planteada a los encuestados manifiesta que el legislador al acudir a la técnica legislativa de creación de normas penales en blanco y su necesaria remisión a una ley especial, se atenta contra el principio de legalidad; ya que muchas veces la indeterminación en concreto de la conducta o del objeto protegido por la norma penal, se presta a arbitrariedades o abusos de esos derechos, extralimitando o exacerbando en algunos casos al espíritu de la regulación misma.

No obstante la población mayoritaria contesto de forma categórica que de ninguna manera los tipos penales en blanco vulneran el principio de legalidad y que esta es una técnica legislativa muy antigua aceptada en nuestros tiempos por los ordenamientos jurídicos, inspirado en que el derecho penal no puede ser específico en algunas circunstancias en concreto y de ahí la necesidad de complementar el supuesto de hecho del delito de violación de distintivos comerciales Art. 229 Pn en una ley especial.



Solo un porcentaje muy reducido manifestó dudas sobre si lesiona o no el principio de legalidad al hacer uso de normas penales en blanco, lo cual es de fácil comprensión ya que ni la doctrina es unánime al respecto la jurisprudencia española ha dicho que es necesario hacer uso de éstas y para una mayor comprensión de ellas hay que someterse algunos criterios específicos y concretos que permitan la observancia plena de la norma en su espíritu legislativo.



PREGUNTA NUMERO SIETE

¿Para que los Distintivos Comerciales sean protegidos y perseguidos mediante la Ley Penal éstos deben estar inscritos en la sección de la Propiedad Intelectual, Adscrita al Registro de Comercio y ser denunciados por instancia particular?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	75	85.23
NO	12	13.63
EN PARTE	1	1.14
TOTAL	88	100

En el cuadro anterior puede observarse que las respuestas dadas por los encuestados a la interrogante planteada fue en su mayoría afirmativa, un buen porcentaje de ellos manifestó que, para la protección de los distintivos comerciales por el derecho penal, éstos deben estar inscritos en el Registro, pues el Art. 5 LMSD expresa claramente que el uso exclusivo de un distintivo comercial y su protección penal ante terceros solo es garantizado si existe previa inscripción en el Registro de la Propiedad Intelectual adscrito al Registro de Comercio Art. 104 LMSD. Y el Código Procesal Penal en su Art. 19 numeral 2° y 26 numeral 9° establece que el delito violación de distintivos comerciales para ser perseguido penalmente debe haber previo a ello denuncia de persona particular titular del derecho de propiedad industrial.

Una minoría de los sujetos manifestó desconocer los requisitos para la persecución penal del ilícito violación de distintivos comerciales debido a que no es un



delito muy común, por tanto no se conocen los presupuestos a cumplir para determinar que el tipo penal se esta cometiendo en un tiempo y lugar determinado.

Y solo uno de ellos dijo tener conocimiento en parte; es decir, desconociendo de alguna forma si es necesario que éstos estén inscritos, o si es fundamental la denuncia por instancia particular para su persecución penal.



PREGUNTA NUMERO OCHO

¿Conoce usted cuales son los Instrumentos Internacionales vigentes en El Salvador que protegen los Distintivos Comerciales?.

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	20	22.72
NO	64	72.73
EN PARTE	4	4.55
TOTAL	88	100

La interrogante fue redactada en el sentido de explorar el nivel de divulgación que los Tratados Internacionales vigentes en El Salvador han tenido en la comunidad jurídica, obteniendo que un porcentaje reducido, conoce de algunos de esos instrumentos que protegen de forma directa los distintivos comerciales en el país siendo alguno de ellos los Acuerdos ADPIC, La Clasificación Niza, El Convenio de la Unión de Paris.

El resto de la población un porcentaje bastante alto manifestó no tener conocimiento de algún instrumento internacional vigente para El Salvador en materia de Propiedad Industrial, mas específicamente en cuanto a la protección de distintivos comerciales, por la poca divulgación y aplicación practica que estos alcanzan en el país.

Y solo un mínimo porcentaje dijo conocer en parte de algún instrumento internacional que proporcione protección a los distintivos comerciales, lo cual significa



que no hay un conocimiento del contenido en si de éstos Instrumentos Internacionales,
sino más bien se conocen de manera genérica.



PREGUNTA NUMERO NUEVE

¿Los Jueces, Fiscales, Procuradores y Policías participan constantemente en capacitaciones sobre el conocimiento de los derechos amparados por la Propiedad Industrial en la violación de Distintivos Comerciales?.

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	7	7.95
NO	64	72.73
EN PARTE	17	19.32
TOTAL	88	100

Los resultados obtenidos en la interrogante planteada refleja que un mínimo porcentaje ha contestado afirmativamente lo planteado implicando esto que hay algunos Jueces, Fiscales, Procuradores y Policías que han participado en capacitaciones sobre el conocimiento de los Signos Distintivos, no obstante un porcentaje muy alto ha contestado negativamente; es decir, que no han recibido ninguna capacitación sobre los distintivos comerciales, reflejando ineficiencia en la aplicación de la ley penal debido a que no conocen los requisitos esenciales para que se configure el tipo penal.

Y "en parte" solo el mínimo de la población ha manifestado haber recibido o participado en capacitaciones, pero no específicas del tema sobre los derechos que ampara la propiedad industrial en relación a los distintivos comerciales.



PREGUNTA NUMERO DIEZ

¿Para cometer el delito Violación de Distintivos Comerciales el Sujeto Activo debe realizar sin el consentimiento del titular cualquiera de las conductas de reproducir, imitar, modificar, utilizar, poseer o poner en el comercio con fin industrial o comercial un Distintivo debidamente inscrito?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	68	77.27
NO	8	9.09
EN PARTE	12	13.64
TOTAL	88	100

Con la pregunta se busca explorar las circunstancias y conductas que el sujeto activo ha de reunir para la realización del tipo penal violación de distintivos comerciales, definiendo el sujeto activo como toda aquella persona que conociendo y queriendo cometer el delito realiza cualquiera de las conductas descritas siendo cada una de ellas un elemento normativo del ilícito, para el cual debe hacerse un juicio de valoración por parte del juzgador y que además éste debe actuar con un fin especial (industrial o comercial), encontrando que en su mayoría las personas encuestadas respondieron de forma positiva la interrogante en el sentido que si falta alguno de estos requisitos el hecho se considera inexistente y por lo tanto es atípico.



Y el mínimo de los encuestados manifestaron negativa la respuesta, lo que implica que desconocen en su totalidad los requisitos especiales para que se configure el tipo penal.

Solo un porcentaje reducido de la población considera que los requisitos planteados son quizás todos, o una parte de ellos lo que deja a consideración de especificar que pueden existir otros mas.



PREGUNTA NUMERO ONCE

¿Sabe usted cual es el Bien Jurídico protegido en el ilícito Violación de Distintivos Comerciales?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	67	76.14
NO	15	17.04
EN PARTE	6	6.82
TOTAL	88	100

Previo al respectivo análisis de la interrogante planteada es necesario señalar que la doctrina no es unánime en determinar cual es el bien jurídico protegido¹⁵⁴, puesto que se trata de un delito de orden socioeconómico. Al respecto se señalan dos tesis: la primera establece que el bien jurídico protegido es el orden socioeconómico; y la segunda determina que es el derecho exclusivo del titular del signo distintivo. Siendo esta ultima la más aceptada por la comunidad jurídica migueleña.

Es necesario señalar que el derecho penal como ultimo recurso solo protege a bienes jurídicos de mayor importancia, aquellos que son determinantes para la convivencia humana, y solo los protege de ataques muy graves constituyendo en este caso ese bien jurídico protegido los derechos exclusivos sobre los distintivos comerciales.

¹⁵⁴ Infra. Pág 134 - 138



Obteniendo de la pregunta anterior que la mayoría de las personas contestaron de forma afirmativa, al establecer que si saben cual es el bien jurídico protegido en el ilícito, indicando que es el derecho exclusivo del titular del signo distintivo.

Un porcentaje reducido manifestó desconocer cual es el bien jurídico en este tipo de delitos, lo cual obedece a la polémica antes planteada, en el sentido que al dar respuesta muestran cierto grado de inseguridad por no tener información concreta de los signos distintivos; y solo un mínimo porcentaje dijo tener conocimiento en parte, lo cual refleja que hay un desconocimiento de los encuestados en determinar con claridad cual es el bien jurídico protegido, por la poca discusión que se tiene sobre el tema y la dualidad que manifiesta la doctrina.



PREGUNTA NUMERO DOCE

¿La Violación de Distintivos Comerciales infringen los Derechos del Consumidor al adquirir productos de baja calidad, sin garantía y de poca duración?.

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	63	71.59
NO	11	12.50
EN PARTE	14	15.91
TOTAL	88	100

Un buen porcentaje de la población encuestada manifiesta que la violación de distintivos comerciales consistentes en imitar marcas, u otros signos distintivos reproducirlas, falsificarlas o vender en el comercio marcas no originales se infringen los derechos del consumidor, al no vender productos de calidad con garantía y de larga duración, sino por el contrario en la mayoría de los casos son productos de baja calidad y corta duración, aunque a veces muy accesibles por sus precios a diferencia de los precios de los productos con marcas originales.

Y un mínimo porcentaje dijo que la violación de distintivos comerciales no infringe los derechos del consumidor, puesto que sus precios son mas bajos que el precio de una marca original y no hay accesibilidad a ellos por el bajo nivel del poder adquisitivo que tiene la mayoría de la población, quienes en muchos casos no están en la posibilidad de adquirir productos originales.



Solo un porcentaje menor dice que si se violentan pero en parte; es decir, que en la medida los productos falsificados sean de muy buena calidad y a precios accesibles no se estaría violentando los derechos del consumidor, pero cuando se trata de productos o servicios mal elaborados y se venden a precios altos y sin garantía para el consumidor en éstos casos si se lesionan esos derechos.



PREGUNTA NUMERO TRECE

¿Considera usted que el delito Violación de Distintivos Comerciales se comete con frecuencia en el Departamento de San Miguel?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	46	52.27
NO	15	17.05
EN PARTE	27	30.68
TOTAL	88	100

Una población promedio de los encuestados dio respuesta afirmativa a la interrogante planteada en el sentido de considerar que el delito violación de distintivos comerciales si se comete con frecuencia en el departamento de San Miguel, y que la tendencia seria a incrementarse en la medida el país entra en la dinámica del ALCA, del Plan Puebla Panamá y los TLC; pero que no obstante a su cometimiento no hay persona alguna titular de los derechos de propiedad que se presente a denunciar tal infracción, por lo que se ha convertido para los comerciantes locales en un conducta socialmente aceptada, y adecuada a las prácticas comerciales de la actividad comercial tal afirmación puede ser observada al realizar un sondeo en lugares de intercambio de productos y servicios mas populosos de la ciudad.



Un porcentaje mínimo por el contrario considero que el delito no se comete en el departamento de San Miguel, esto implica que no se comercializan productos o servicios con distintivos falsificados o imitados.

Y un porcentaje considerable manifestó que el delito si se comete en la ciudad de San Miguel pero solo en parte es decir como una actividad no reiterada, pero al no existir denuncia por parte de la victima equivale a decir que no ha existido, ya que es un delito perseguible previa instancia particular.



PREGUNTA NUMERO CATORCE

¿Según su criterio la protección penal de los Distintivos Comerciales, es una realidad que responde al creciente desarrollo tecnológico y de apertura comercial en el mundo contemporáneo?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	53	60.23
NO	21	23.86
EN PARTE	14	15.91
TOTAL	88	100

La mayoría de los encuestados manifestaron que la protección penal de los derechos exclusivos del titular de los distintivos comerciales es una dinámica que responde al desarrollo tecnológico, económico, comercial e industrial desarrollado en las últimas décadas y para el cual debe crearse y establecerse el marco jurídico que responda al desarrollo comercial e industrial, y a las nuevas formas de intercambio de bienes y servicios.

Cada país ha de adecuar entonces su legislación interna, en el caso de El Salvador como parte del Convenio de la Unión de París y de los Acuerdos ADPIC Art. 1, 41 esta obligado a crear y dar protección legal a todos los aspectos de la propiedad intelectual que estén relacionadas directamente con el comercio.



No obstante algunos sujetos contestaron en forma negativa; estableciendo que la actual protección penal de los distintivos comerciales no responde a un creciente desarrollo tecnológico y de apertura comercial en el mundo, sino a necesidades de índole local, puesto que no es algo nuevo ya que la protección penal de los signos distintivos siempre ha existido aunque de forma parcial.

Y un número reducido manifestó que en parte; pues hay factores económicos y políticos que influyen en la regulación.



PREGUNTA NUMERO QUINCE

¿Sabe usted si en el Tratado de Libre Comercio que en la actualidad se discute entre Centro América y EE. UU, se ha incluido el tema de la protección legal de la Propiedad Industrial que El Salvador debe dar a las transnacionales que deseen invertir en el país?

CRITERIOS	FRECUENCIA	PORCENTAJE
SI	33	37.50
NO	47	53.41
EN PARTE	8	9.09
TOTAL	88	100

La respuesta obtenida en la interrogante planteada manifiesta que en el Tratado de Libre Comercio que actualmente se discute, si esta incluido el tema de la protección legal de la propiedad industrial como herramienta indispensable para el ejercicio de libre comercio e incluso se tiene conocimiento de las pretensiones de Estados Unidos sobre la regulación de las marcas de origen y de establecer una solo oficina regional con sede en su país que permita inscribir los signos distintivos de cualquiera de los países firmantes del Tratado de Libre Comercio sobrepasando de esta forma lo ya establecido por la Organización Mundial del Comercio en materia de Propiedad Industrial, la cual solo concede la obligación a cada país que dentro de su jurisdicción establezca dependencias especiales de registro de la propiedad intelectual e industrial.



Como puede observarse el mas alto porcentaje se encuentra con las personas que contestaron que no conocen si en la negociación del Tratado de Libre Comercio se incluye el tema de la protección a los derechos intelectuales que cada uno de los países miembros ha de adecuar para hacer funcionar el intercambio de bienes y servicios entre los mismos y evitar así la competencia desleal, debiéndose tal desconocimiento a la confidencialidad con que se realizan las negociaciones donde ningún ciudadano a logrado tener acceso a los temas abordados.

Un número muy reducido manifestó tener conocimiento pero solo en parte; es decir a nivel de información de los medios de comunicación, sin tener acceso a información especifica sobre el tema.



CAPITULO V

CONCLUSIONES Y

RECOMENDACIONES



CAPITULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

5.1 CONCLUSIONES

Luego de realizada la investigación objeto de estudio es necesario explicar en forma resumida los resultados obtenidos y los factores que han intervenido en ella. Destacando los hallazgos esperados y no esperados reflejados durante la actividad mental del análisis e interpretación de los resultados, con el objeto de lograr una teorización ordenada y sistematizada de las conclusiones respectivas; para lo cual es necesario abordar solo aquellos aspectos de mayor importancia que conciernen a la problemática investigada y que ofrecen un mayor aporte para la aproximación real al tema.

El presente marco conclusivo será abordado desde una perspectiva generalizada hasta la aproximación a los aspectos más particulares de los resultados, haciendo una conjugación de las variables planteadas y sus respectivos indicadores.

Se procede entonces al abordaje de cada una de las conclusiones emanadas de la investigación realizada y de su respectivo análisis e interpretación:



I.- El Salvador es un país que se encuentra inmerso en la constante transformación de la economía mundial, en el cambio de las estructuras de intercambio de bienes y servicios cada vez mayormente identificados y comercializados en el mercado con el uso de distintivos comerciales tales como: marcas, expresiones o señales de publicidad, nombre comercial, denominaciones de origen, indicaciones de procedencia, emblema.

De ahí que al explorar cada uno de los aspectos teóricos y legales de la exclusividad de los derechos de propiedad industrial y en particular de los distintivos comerciales; su libre uso, goce y disposición plasmados en la Constitución y desarrollados en la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos; protegidos por la norma penal, se comprobó que dicha protección solo tiene por objeto el patrimonio individual del particular de ahí que su ubicación en el código penal debió corresponder al capítulo referido a los delitos contra el patrimonio de la misma manera que los países Europeos y Latinoamericanos lo han establecido y no contra el Orden Socioeconómico, de ahí que es necesario que la comunidad jurídica migüeña tenga un conocimiento teórico – legal y práctico del tema, por ser éste todavía pendiente de discusión en la zona oriental, pudiendo realizar esfuerzos institucionales de capacitaciones en el departamento de San Miguel, impartir cátedras en los centros de estudios superiores y disponer de material bibliográfico que faciliten el conocimiento; requiriéndose además un mayor fortalecimiento de las instituciones fiscalizadoras y normadoras de la actividad



comercial e industrial, tomando en cuenta que El Salvador se ubica como uno de los países en desarrollo.

Por ultimo se dirá que el conocimiento de la protección que el Código Penal hace a los distintivos comerciales y la denuncia que se realice ante autoridad competente es un factor determinante para que éstos sean protegidos de manera efectiva.

II.- Se encontró que cuando la norma penal es efectiva en términos prácticos los bienes jurídicos reciben una verdadera protección, pero que en el ilícito Violación de Distintivos Comerciales no hay una protección efectiva puesto que existe la norma penal, pero no así la persecución del delito, debido a que ésta no alcanza mayores niveles de efectividad, mas cuando se trata de una norma penal en blanco donde existe la necesidad de remitirse a una ley extrapenal (Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos) y para el caso es de poco conocimiento por parte de los sujetos procesales del derecho penal, y ser las conductas de imitar, reproducir etc. Actividades que se ven como conductas socialmente adecuadas.

Cuando el legislador opta por el uso de este tipo de norma penales se dice en algunos casos viola el principio de legalidad por la indeterminación jurídica del ilícito pero que en todo caso es una técnica legislativa jurídicamente aceptada, el Código penal no puede desarrollar todo precepto teórico o de conceptualización de determinadas conductas u objetos tutelados.



Al existir efectividad del derecho penal se ofrece seguridad jurídica a inversionistas nacionales y extranjeros sobre sus marcas, siempre y cuando se cumpla uno de los requisitos indispensables como es el de estar inscritos en el Registro respectivo. Exigencias que emanan tanto de tratados internacionales como de leyes internas, siendo necesario conocerlas mediante jornadas de capacitación a jueces fiscales, procuradores, policías, comerciantes y a la comunidad en general.

III.- En definitiva las conductas de reproducir, imitar, modificar o cualquier otra utilización indebida de los distintivos comerciales sin el consentimiento del titular son las conductas mas lesivas del bien jurídico protegido (derechos exclusivos del titular del signo distintivo) y máxime aun cuando con estas conductas se lesionan otros derechos conexos como son los derechos del consumidor desarrollados en la Ley de Protección al Consumidor, visto con algunas limitaciones en el sentido que habrán casos en que tales derechos no sean realmente vulnerados; si no por el contrario una forma privilegiada; ya que personas de escasos recursos económicos y con poca capacidad adquisitiva puedan acceder a la obtención de productos y/o servicios a costo muy inferiores a los precios establecidos para marcas originales.

IV.- La regulación del Art. 229 CP. Es una realidad que responde al creciente desarrollo tecnológico, comercial e industrial, ya que en la medida que la tecnología avanza se facilita que grupos delincuenciales simplifiquen los procedimientos de



imitación, reproducción, falsificación de marcas y la venta en el comercio de esos productos o servicios; explotando la fama comercial y acrecentando sus ganancias de forma ilícita, llegando a configurar la competencia desleal en el mercado.

Lo anterior puede ser corroborado al revisar algunas sentencias judiciales dictadas en los últimos años (Ver Anexo III - IV) donde el delito ha sido cometido o en otros casos en que si bien es cierto no hay resoluciones judiciales o procedimientos penales abiertos por distintas causas si existe la comercialización de productos imitados o falsificados, como en el caso de algunos negocios formales o informales de la Ciudad de San Miguel.

V.- Con la investigación se ha logrado poner en perspectiva en el departamento de San Miguel el tema de los Distintivos Comerciales, su ley especial, Tratados Internacionales y su regulación y protección por el ordenamiento jurídico penal.



5.2 RECOMENDACIONES

Considerando la importancia que reviste la propiedad industrial y en específico los distintivos comerciales; y la imperante necesidad de fortalecer la protección, y difusión de la misma y primordialmente en la zona oriental del país en el departamento de San Miguel es necesario hacer las siguientes recomendaciones:

A LA ASAMBLEA LEGISLATIVA

Se sugiere a la Asamblea Legislativa decretar reformas al delito Violación de Distintivos Comerciales (Art. 229 CPn.) En el sentido que las expresiones “o de cualquier modo utilizare”, “o cualquier otro distintivo”, “expresión, señal de propaganda”.

Las dos primeras por ser de carácter indeterminadas las cuales no podrían ser determinadas en su totalidad mediante la ley especial.

Y la ultima por ser conceptos ambiguos y obsoletos descartados en la regulación internacional.

AL ORGANO JUDICIAL

A todos los Operadores del Sistema de Justicia implementar jornadas de divulgación sobre la legislación nacional e internacional de la propiedad industrial



específicamente los distintivos comerciales, para que los jueces tengan los conocimientos teóricos y prácticos para fundamentar las resoluciones que emiten.

A LA ESCUELA DE CAPACITACION JUDICIAL

Traer Consultores especiales de otros países para que capaciten a los Operadores de Justicia sobre la Doctrina, Jurisprudencia, Leyes y Tratados Internacionales existentes sobre Propiedad Industrial, para un mejor conocimiento de los distintivos Comerciales y poder diferenciar unos de otros, con sus respectivas características; y crear cursos específicos, permanentes para jueces.

AL ORGANO EJECUTIVO

En el marco de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio dar apertura para que los ciudadanos de este país tengan acceso a la información de cada uno de los temas en discusión sobre todo en lo que respecta al tema de la Propiedad Intelectual.

A LA UNIDAD DE PROPIEDAD INTELECTUAL ADCRITA AL REGISTRO DE COMERCIO DEL CENTRO NACIONAL DE REGISTROS

Implementar jornadas de divulgación sobre los requisitos de fondo y forma que debe cumplir cada signo distintivo para ser registrable y así saber cuando se adquiere el derecho de usar exclusivamente una marca, nombre comercial, expresión o señal de publicidad comercial, emblema, denominaciones de origen e indicación de procedencia,



para tener la capacidad de denunciarlos y ser perseguibles penalmente, previa denuncia del titular.

AL MINISTERIO PÚBLICO

Incluyendo la Fiscalía y Procuraduría General de la Republica. La primera que es a quien le corresponde defender los intereses del Estado, la sociedad y dirigir la investigación del delito, crear en el departamento de San Miguel una Unidad Especial (Unidad de Propiedad Intelectual), que responda a la necesidad de especialización del ilícito y tener un conocimiento amplio sobre los aspectos doctrinarios y jurisprudenciales para aplicarlos en la persecución del delito Violación de Distintivos Comerciales. La Segunda, realizar capacitaciones sobre los signos distintivos para garantizar una procedimiento justo y una asistencia adecuada a los infractores del ilícito.

A LA POLICIA NACIONAL CIVIL

Proporcionarle los recursos necesarios a la Unidad de Finanzas para mantener un control eficaz en los locales comerciales, y mercados etc. Para supervisar el comercio de mercadería falsificada y evitar los engaños en el Publico Consumidor.



A ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

La Organización Mundial del Comercio, La Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, El Consejo ADPIC, se le recomienda no solo reglamentar lo referente a la propiedad industrial, sino impartir seminarios taller y transferir tecnología avanzada para realizar los procedimientos registrales y que estos estén a disposición de la entidades encargadas de identificar cuando un producto o servicio es falsificado, y así alcanzar el nivel que se requiere para detectar la imitación, reproducción, utilización y posesión en el comercio de marcas, nombres comerciales, expresiones de publicidad comercial, denominaciones de origen, indicaciones de procedencia y emblemas.

Así como enviar profesionales capacitados para que difundan todo un plexo de convenios existentes sobre propiedad industrial.

A LA CAMARA DE COMERCIO E INDUSTRIA DE EL SALVADOR

Impulsar a la Micro y Pequeña Empresa para que desarrollen formas asociativas de nombres comerciales, marcas colectivas que identifiquen sus establecimientos y sus productos o servicios del cual ellos son titulares y gozar Así de la protección por parte del Estado en el ejercicio de la actividad comercial y hacer frente a las próximas aperturas comerciales mediante acuerdos internacionales.



A LAS ASOCIACIONES DE JUECES Y ABOGADOS

En el marco de institucionalizar las profundas transformaciones del sector justicia en El Salvador iniciar e impulsar los aspectos aun pendientes en la democratización de cada una de las instituciones jurídicas, capacitar a sus miembros en el tema de los derechos de la propiedad industrial en general y su importante función en la actividad comercial.

A LA UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR

Siendo la misión de la Universidad de El Salvador una institución de derecho publico y que fomenta la formación académica se le recomienda que en la carrera de Licenciatura en Ciencia Jurídicas se implemente cátedra sobre el estudio de los derechos de propiedad industrial, para que los futuros profesionales tengan un perfil completo y desempeñarse en cualquier campo.

Es fundamental que siendo un Centro de Educación Superior ofrezca los recursos necesarios para una formación integral a todos los estudiantes y parte de ella la encontramos en las Bibliotecas, por ello se sugiere mantener una biblioteca actualizada y moderna en todas las ramas del saber, especialmente (revistas, libros, boletines, leyes etc.) en relación a la propiedad industrial que es una norma desconocida; por tanto, es necesaria su difusión en la carrera de Licenciatura en Ciencia Jurídicas.



A LOS ESTUDIANTES DE LICENCIATURA EN CIENCIAS JURIDICAS

Que realicen esfuerzos personales para capacitarse sobre los derechos de propiedad industrial ya que es un área poco explorada y determinante para el sector comercial y para garantizar los derechos del público consumidor.

A LA SOCIEDAD EN GENERAL

Crear redes de consumidores activos que permitan capacitarse mediante el desarrollo de jornadas sobre el conocimiento de los derechos del consumidor y la ejecución de políticas por parte de los gobernantes que les afecte mediante la discusión de casos concretos de violación a sus derechos y sus posibles soluciones.



BIBLIOGRAFIA



BIBLIOGRAFIA

- BAJO FERNANDEZ, Miguel. Derecho Penal Económico aplicado a la Actividad Empresarial. Editorial Civitas SA. Madrid, España. 1978.
- BARBERO SANTOS, Mario. La Reforma Penal, Delitos Socioeconómicos. Edición de MBS. Universidad de Madrid. 1985.
- BERTONE, Luis Eduardo. Et. Al. Derecho de Marcas, Editorial Heliasta, SRL. Tomo I, Buenos Aires, 1989.
- BUJAN PEREZ, Carlos Martínez. Derecho Penal Económico Parte Especial. Edita Tirand Lo Blanch. Valencia. 1999.
- CABANA FARALDO, Patricia. Los Delitos Societarios. Editorial Tirant Lo Blanch. Valencia. 2000.
- CABANELLAS DE LAS CUEVAS, Guillermo. Diccionario de Ciencias Políticas y Jurídicas. 2º edición actualizada. Editorial Heliasta SRL.
- CABANELLAS, Guillermo y ALCALÁ-ZAMORA, Luis. Diccionario Enciclopédico de Derecho Usual. Tomos II, III, IV, V. Editorial Heliasta, SRL. 15ª. Edición. Buenos Aires.



- CANCINO MORENO, Antonio J. Los delitos contra el Orden Socioeconómico en el nuevo Código Penal. Titulo VII. Ediciones Librería del Profesional. Colombia, 1983.
- Código Penal de El Salvador. 5ª. Edición. Editorial Lis, El Salvador. 2002
- Decreto Legislativo de 23 de Abril de 1904. DO. del 10 de mayo de 1904.
- Decreto Legislativo Número 270 y Publicado en el DO. Numero 64 Tomo 238 de 30 de marzo de 1973.
- DELMATO, Celso. Delitos de Concurrencia Desleal. Editorial Desalma Buenos Aires, 1976.
- DURAN RIBO, L. Et. Al. Diccionario de Derecho Empresarial. Bosch, Casa Editorial, S.A. 1ª. Edición. 1998.
- ECHEVERRÍA MURRIA, Álvaro. Análisis Comparativo entre el Derecho Macario Costarricense y la futura legislación marcaria centro Americana.
- FARALDO CABANA, Patricia. Los delitos societarios. Aspectos Dogmáticos y Jurisprudenciales. Edita tirant Lo Blanch. Valencia 2000.
- FERNÁNDEZ NOVOA, Carlos. El Enriquecimiento Injustificado en el Derecho Industrial. Editorial Marcial Pons, 1ª. Edición Madrid, 1997.
- FUNDACIÓN DE ESTUDIOS PARA LA APLICACIÓN DEL DERECHO (FESPAD). Constitución de la Republica de El Salvador. Explicada. Sexta Edición. 2001.



- GALLARDO, Ricardo. Las Constituciones De El Salvador II. Derecho Constitucional Salvadoreño. Madrid 1961.
- GARRIQUE, Joaquín. Curso de derecho Mercantil. Tomo I. 1999.
- GÓMEZ, Miguel Ángel. La Cuenca del Caribe un Modelo de Desarrollo por Armar. San Salvador. 1984.
- HERNANDEZ SAMPIERI, Roberto, et al. Metodología de la Investigación. Segunda edición. McGraw-Hill Interamericana Editores 1998.
- LUZÓN CUESTA, José Maria. Compendio de Derecho Penal Parte Especial. Editorial Dykinson. 9ª edición. Madrid. 2001.
- MASSAGUER, José. Comentarios a la Ley de Competencia Desleal. Ediciones Civitas, SRL España, 1999.
- MORENO Breuer. Tratado de Marcas, 2ª. Edición, Editorial Robis, Buenos Aires, 1946.
- MUÑOZ CONDE, Francisco. Derecho Penal. Parte General. 2ª. Edición. Editorial Lo Blanch. Valencia 1996.
- ONUSAL – PDH. Instrumentos Internacionales sobre Derechos Civiles y Políticos. 1ª. Edición. Editorial Lea Editores. San Salvador, El Salvador C. A.
- PAGANO, José León. Derecho Penal Económico. Ediciones de Palma. Buenos Aires. 1983.
- POLI IVÁN, Alfredo. El Modelo de Utilidad, Editorial Depalma. 1ª. Edición, Buenos Aires, 1982.



- PORTELLANO DIEZ, Pedro. La imitación en el Derecho de la Competencia Desleal. Editorial Civitas, Madrid, 1995.
- PORTILLO BARRERA, Juan Antonio. La Propiedad Industrial. 1ª. Edición. España. 1997.
- RODRIGUEZ, Juan Maria. El derecho Penal en la Actividad Empresarial. Editorial Ábaco De Palma SRL. Buenos Aires, Argentina. 2000.
- ROMÁN, José Luis. Derecho industrial, patentes y Marcas, Cursos Centro de Estudios Judiciales. La Patente como objeto de Derecho de Propiedad Industrial, acciones por violación del derecho de patentes. Madrid, 1991.
- ROMANI, José Luis. Propiedad Industrial y Derechos de Autor. Regulación Internacional.
- ROXIN, Claus. Derecho Penal, Parte General. 2ª. Edición. Editorial Civitas, España. 1997.
- Secretaria General de la Organización de los Estados Americanos. Tratados y Convenciones Multilaterales Sobre Propiedad Industrial en América. 1993.
- SEGURA GARCÍA, Maria José. Derecho Penal y Propiedad Industrial, Editorial Civitas, 1ª. Edición, Madrid, 1995.
- SEPÚLVEDA Cesar. El Sistema Mexicano de Propiedad Industrial, 2ª. Edición, Editorial Porrúa, México DF. 1981.
- SERRANO PIEDECASAS, José Ramón. Lecciones de Derecho Penal. Parte General. 2ª. Edición. Editorial Praxis. S.A. 1999.



- SHERWOOD, Roberto M. Propiedad Intelectual y Desarrollo Económico. Editorial Heliasta, 1ª. Edición. Argentina. 1995.
- SIECA. Antecedentes y Situación Actual de las Oficinas de Propiedad Industrial en los Países Centro Americanos.
- Tamayo y Tamayo, Mario. Metodología de la Investigación Científica. 2ª. Edición. Editorial Limusa. México 1994.
- TREJO, Miguel Alberto. Et. al, Manual de Derecho Penal Parte Especial, tomo II, 1ª. Edición. San Salvador, Proyecto de Reforma Judicial, 1993.
- VELÁSQUEZ VELÁSQUEZ, Fernando. Derecho Penal. Parte General. Editorial Temis S.A. Bogota Colombia. 1994.
- VILLAR ROBLEDO, Antonio. Delitos contra el Patrimonio y el Orden Socioeconómico. Editorial Bosh Casco. 1997.
- VIVES ANTÓN, Tomas S. Comentarios al Código Penal de 1995. Volumen II. Editorial Tirant Lo Blanch. 1ª. Edición, Valencia, 1996.
- www.altillo.com.
- www.cejamericas.org/legislacion
- www.cnr.gob.sv.
- www.csj.gob.sv.
- www.cubapolidata.com.
- www.derecho.org.
- www.dominiures.com



- www.elsalvador.com.
- www.google.com.
- www.history.com.
- www.jhbayo.com.
- www.jurisprudencia.gob.sv.
- www.justiciacriminal.com.
- www.lineasjurisprudenciales.com.
- www.omc.com.
- www.OMPI.com
- www.sgci.mec.es.
- www.yahoo.com
- ZAVALA LARRAGUIBEL, Santiago. Tratado sobre la Propiedad Industrial, 1^a.
Edición, Editorial Jurídica Cono Sur, Santiago de Chile, 1995.



ANEXOS



ANEXO I

DESARROLLO DEL TIPO	PAISES			
	EL SALVADOR	GUATEMALA	HONDURAS	PANAMA
UBICACIÓN SISTEMÁTICA EN EL CÓDIGO PENAL	TITULO IX DELITOS RELATIVOS AL ORDEN SOCIOECONOMICO CAPITULO I DE LOS DELITOS RELATIVOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Art. 229	TITULO VI DE LOS DELITOS CONTRA EL PATRIMONIO CAPITULO VII DE LOS DELITOS CONTRA EL DERECHO DE AUTOR, LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Y DELITOS INFORMATICOS Art. 275 BIS	TITULO VII DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD CAPITULO VII DELITOS CONTRA PROPIEDADES ESPECIALES Art. 249 a 253.	TITULO XII DELITOS CONTRA LA ECONOMIA NACIONAL CAPITULO IV DELITOS CONTRA LOS DERECHOS AJENOS Art. 384 – 385.
ACCION	Reproducir Imitar Modificar Utilizar Poseer o poner en el comercio	Usar en el comercio Ofrecer en venta o poner en circulación	Fabricar Falsificar Imitar Usar Comercializar	Falsificar Usar Poner en venta
SUJETO ACTIVO	Cualquier Persona	Cualquier persona	Cualquier Persona	Cualquier Persona
SUJETO PASIVO	Titular del signo distintivo	Titular del signo	Titular del Registro	Cualquier persona
BIEN JURIDICO	- Derecho de uso exclusivo sobre el signo distintivo -Orden Socioeconomico - Mercado de los Consumidores	Patrimonio	Propiedad Industrial	Economía Nacional
OBJETO	Marca Nombre comercial Expresión o señal de	Marca Nombre Comercial Emblema	Marca Nombre comercial Expresión o Señal de Propaganda	Nombre comercial Marcas Signos distintivos



	Propaganda Denominaciones de Origen Indicaciones de Procedencia Lemas Emblemas	Indicaciones Geográficas	Denominaciones de Origen Indicaciones de Procedencia	
MEDIOS	Indeterminados	Indeterminados	Indeterminados	Indeterminados
FORMA	Imitación Reproducción Modificación Utilización del signo Comercializarlo	Usar en el comercio signo distintivo Ofrecerlo en venta	Falsificar Negociar Imitar Comercializar	Falsificar Usar en el comercio Poner en venta en mercados nacionales
LUGAR	Cualquier	Cualquier	Cualquier	Cualquier
ELEMENTOS SUBJETIVOS	Dolo	Dolo	Dolo	Dolo
ELEMENTOS ESPECIALES DEL DOLO	- Ausencia del consentimiento del titular del signo distintivo - Previa Inscripción Registral - A sabiendas - Fines industriales o comerciales - A sabiendas	Previa Inscripción Registral	Previa Inscripción Registral A sabiendas Ausencia del Consentimiento del titular del signo distintivo	
CLASIFICACION ESTRUCTURA CONTENIDO SUJETO ACTIVO BIEN JURIDICO	Compuesto Mera Actividad Común y Monosubjetivo Pluriofensivo	Autónomo Mera actividad Común y Monosubjetivo Monoofensivo	Subordinado Mera actividad y Común Plurisubjetivo Monoofensivo	
PENA	Principal: 1 – 3 Años de Prisión	Principal: 4 – 6 Años de Prisión Accesorio: 50,000 a 100,000 quetzales.	Principal: 3 – 6 años de Reclusión. Accesorio: 50,000 a 100,000 Lempiras	Principal: 1 – 2 años de Prisión. Accesorio: 100 a 200 días multa.



DESARROLLO DEL TIPO	PAISES			
	ESPAÑA	VENEZUELA	COLOMBIA	PERU
UBICACIÓN SISTEMÁTICA EN EL CÓDIGO PENAL	TITULO XIII DELITOS CONTRA EL PATRIMONIO Y CONTRA EL ORDEN SOCIOECONOMICO CAPITULO XI DE LOS DELITOS RELATIVOS A LA PROPIEDAD INTELLECTUAL E INDUSTRIAL, AL MERCADO Y A LOS CONSUMIDORES SECCION 2ª. DE LOS DELITOS RELATIVOS A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. Art. 274 - 277	TITULO VI DE LOS DELITOS CONTRA LA FE PUBLICA CAPITULO V DE LOS FRAUDES COMETIDOS EN EL COMERCIO Y LA INDUSTRIAS Art. 338 – 339.	TITULO VII DELITOS CONTRA EL ORDEN ECONOMICO SOCIAL CAPITULO PRIMERO DEL ACAPARAMIENTO, LA ESPECULACION Y OTRAS INFRACCIONES Art. 236 USURPACION DE MARCS Y PATENTES.	TITULO VI DELITOS CONTRA LOS DERECHOS INTELLECTUALES CAPITULO II DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL Art. 225 USO INDEBIDO DE MARCA
ACCION	Reproducir Imitar Modificar Utilizar Poseer para su comercialización Utilizar en el trafico económico	Falsificar Alterar Usar Comerciar	Fabricar Introducir utilizar	Reproducir Inducir Vender Deposito de productos
SUJETO ACTIVO	Cualquier Persona	Cualquier persona	Cualquier Persona	Cualquier Persona
SUJETO PASIVO	Titular del signo distintivo	Titular del signo	Titular del Registro	Cualquier persona



BIEN JURIDICO	Patrimonio Orden socioeconomico Titular del signo distintivo	Fe Publica	Orden Económico Social	Propiedad Intelectual
OBJETO	Marca Denominaciones de Origen Indicaciones de Procedencia	Marca Nombre Comercial Dibujos o modelos industriales	Marca Nombre comercial Enseña Rotulo Dibujo Etiqueta	Marca
MEDIOS	Indeterminados	Indeterminados	Indeterminados	Indeterminados
FORMA	Reproducción Imitación Modificación Comercialización	Falsificación Alteración Hacer uso de los signos Poner en venta o en circulación	Utilizar fraudulentamente	Reproducción Imitación Deposito de Mercadería
LUGAR	Cualquier	Cualquier	Cualquier	Cualquier
ELEMENTOS SUBJETIVOS	Dolo	Dolo	Dolo	Dolo
ELEMENTOS ESPECIALES DEL DOLO	Fin industrial o comercial Previa inscripción registral Ausencia del consentimiento del titular A sabiendas	Previa inscripción registral		A sabiendas Previa inscripción Registral
CLASIFICACION ESTRUCTURA CONTENIDO SUJETO ACTIVO BIEN JURIDICO				



PENA	Principal: 6 meses a 2 años de prisión. Accesoria: multa de 6 a 24 meses.	Principal: 1 a 12 meses Accesoria: la autoridad judicial podrá disponer la publicación de la condena en un diario que ella indique a costa del reo.	Principal: 6 meses a 3 años de prisión. Accesoria: multa de 2000 a 100,000 mil pesos	Principal: pena privativa de libertad no menor de uno ni mayor de cuatro años. Accesoria: con sesenta a trescientos sesenta y cinco días- multa e inhabilitación.
-------------	--	--	---	--



DESARROLLO DEL TIPO	PAISES		
	BOLIVIA	CUBA	MEXICO
UBICACIÓN SISTEMÁTICA EN EL CÓDIGO PENAL	TITULO XII DELITOS CONTRA LA PROPIEDAD CAPITULO X DELITOS CONTRA EL DERECHO DE AUTOR Art. 363 Violación De Privilegio De Invención	TITULO V DELITOS CONTRA LA ECONOMIA NACIONAL CAPITULO VIII ENGAÑO O PERJUICIO A LOS CONSUMIDORES	SUBTITULO CUARTO DELITOS CONTRA LA FE PUBLICA CAPITULO II FALSIFICACION DE SELLOS, LLAVES O MARCAS. Art. 172
ACCION	Fabricar Usar	Vender o poner a la venta Disponer para la exportación.	Falsificar
SUJETO ACTIVO	Cualquier Persona	Cualquier persona	Cualquier Persona
SUJETO PASIVO	Titular del signo distintivo	Cualquier persona	Cualquier Persona
BIEN JURIDICO	Propiedad	Economía Nacional	Fe Publica
OBJETO	Objetos o productos amparados por un privilegio	Marca	Marca Contraseña de establecimientos comerciales, industriales, de servicio
MEDIOS	Indeterminados	Indeterminados	Indeterminados
FORMA	Fabricación	Ofrecer en venta el producto Exportarlo	Falsificar
LUGAR	Cualquier	Cualquier	Cualquier
ELEMENTOS SUBJETIVOS	Dolo	Dolo	Dolo
ELEMENTOS ESPECIALES DEL DOLO	No existe autorización del concesionario.		
CLASIFICACION ESTRUCTURA CONTENIDO SUJETO BIEN JURIDICO ACTIVO	Tipo Autónomo Mera Actividad Monosubjetivo Monoofensivo	Básico o Fundamental Mera Actividad Monosubjetivo Monoofensivo	Tipo Elemental o Simple Mera Actividad Monosubjetivo Monoofensivo
PENA	Principal: Reclusión de 3 meses a 2 años. Accesorias: multa de 30 a 60 días	Principal: 1 a 3 años de privación de libertad Accesorias: multa de 300 a 1000 cuotas	Principal: 3 meses a 3 años de prisión. Accesorias: 30 a 250 días multa.



ANEXO II

Sentencia del Juzgado de lo Penal, nº 23 de Madrid, de fecha veintinueve de enero de dos mil uno, dictada en el caso chase-manhattan-group.com

El limo. Sr. D/ña MARTA PEREIRA PENEDO Magistrado del Juzgado de lo Penal nº 23 de Madrid y su partido judicial, HA VISTO Y OIDO en Juicio Oral y público el juicio oral número xxxx, procedente del Juzgado de Instrucción nº 8 de MADRID, seguido por un delito CONTRA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL contra XXXX, con D.N.I. N° XXX, natural de X, nacido el 0000, hijo de X y de X, vecino de ..., calle X, ..., en libertad provisional por esta causa, habiendo sido partes el Ministerio Fiscal representado por La Ilima. Sra. D^a M^a José Arciniaga, dicho acusado representado por la Procuradora X y defendido por la Letrado X. Como Acusación Particular THE CHASE MANHATTAN BANK, representada por la Procuradora X y defendida por el Letrado X.

I.- ANTECEDENTES

PRIMERO.- El Ministerio Fiscal en sus conclusiones provisionales calificó los hechos como constitutivos de un delito contra la propiedad industrial, previsto y penado en el artículo 274 del Código Penal, conceptuando responsable criminalmente del mismo en concepto de autor al referido acusado XXXX, sin la concurrencia de circunstancias modificativas de la responsabilidad criminal, a la pena de quince meses de prisión, multa de quince meses con una cuota diaria de 1.000 pesetas, inhabilitación especial para el derecho de sufragio pasivo durante el tiempo de la condena y costas. El acusado indemnizará a Chase Manhattan Bank como titular registral de la denominación, en la cantidad de cincuenta millones de pesetas (50.000.000) por los perjuicios causados por la utilización indebida.

En el acto del Juicio Oral el Ministerio Fiscal elevó su escrito de calificación provisional a definitivo.

SEGUNDO.- La Representación de la Acusación Particular en sus conclusiones provisionales calificó los hechos como constitutivos de un delito de publicidad engañosa previsto y penado en el artículo 282 del Código Penal, en concurso con el delito contra la propiedad industrial tipificado por el artículo 274 del Código Penal, siendo de aplicación a los mismos lo establecido por el artículo 74.1 del Código Penal, al tratarse de delitos continuados, conceptuando responsable criminalmente del mismo en concepto de autor al referido acusado XXX, sin la concurrencia de circunstancias modificativas de la responsabilidad criminal, a la pena de por el delito tipificado en el artículo 274 del Código Penal la pena de dos años de prisión y multa de veinticuatro meses, con una cuota diaria de 5.000 pesetas.

Por el delito tipificado en el artículo 282 del Código Penal la pena de 1 año de prisión y multa de 18 meses con una cuota diaria. de 5.000 pesetas. Procede imponer al acusado las costas procesales, incluidas las de la Acusación Particular.

En cuanto a la Responsabilidad Civil el acusado indemnizará al denunciante en la cantidad de (50.000.000.-pesetas) cincuenta millones de pesetas.



En el acto del Juicio Oral la Representación de la Acusación Particular elevó su escrito de calificación provisional a definitivo.

TERCERO.- La defensa del acusado, en sus conclusiones provisionales mostró disconformidad con las correlativas del Ministerio Fiscal y de la Acusación Particular, solicitando la absolución de su defendido.

En el acto del Juicio oral la defensa del acusado elevó su escrito de calificación provisional a definitivo.

HECHOS PROBADOS

ÚNICO.- Que XXXX, mayor de edad y sin antecedentes penales, se viene dedicando a la comercialización de servicios relacionados con el mercado, financiero, relativos a la creación de sociedades libres de impuestos, sociedades para canalizar inversiones, refacturación de importaciones, cuentas bancarias etc., servicios que son ofertados por Amerinvest Spain, asociados a CHASE-MANHATTAN Group, bien a través de correo electrónico, bien a través de una página Web, claramente asociada al grupo, bien atribuyéndose directamente, en colaboración con otras empresas, la pertenencia a dicho grupo. Tal actividad además de publicitarse en la red, lo hace a través de anuncios insertados en diarios y boletines de naturaleza financiera, causando la apariencia de que quien oferta esos productos viene amparado por CHASE-MANHATTAN CORPORATION, causando así error o confusión en los consumidores, sin que entre esta entidad financiera y el acusado o cualquier de las empresas que gestione, exista relación alguna. Chase-Manhattan Bank, Chase-Manhattan Corporation, o Chase-Manhattan, son titulares, en España, de diversas marcas registradas de las clases 16, 36, 35, 38, 39, y 41 del nomenclátor internacional.

FUNDAMENTOS JURÍDICOS

PRIMERO.- Los hechos declarados probados son legalmente constitutivos de un delito contra la propiedad industrial previsto y penado en el art 274 del C.P.

El citado artículo no tenía precedente en el C.P. de 1973. Se trata de una norma penal en blanco, pues el tipo penal debe completarse con la citada ley de Marcas. El art. 30 de la Ley 32/1988 establece el derecho de exclusividad del titular de la marca registrada, y en los artículos siguientes se establece cual es el contenido del derecho. Los arts. 35 y siguientes recogen las acciones que amparan al titular del derecho frente a los infractores del mismo.

La Ley de marcas sanciona cualquier violación del derecho de exclusividad del titular de la marca, con el contenido de los arts. 36 y siguientes de la citada ley. Una interpretación literal del art. 274 C.P llevaría a mantener que cualquier acto de violación del derecho de exclusividad constituye delito. Pero no puede admitirse que todo aquello que esta amparado por la Ley de Marcas, esté a la vez amparado por el C.P.

Ciertamente el tipo penal resulta demasiado amplio, pues admite en su seno cualquier actividad que vulnere el derecho del titular de la marca Registrada. El T.C. nos dice que los tipos penales en blanco no vulneran el principio de legalidad si concurren los siguientes requisitos:



1º) Que el reenvío normativo sea expreso y esté justificado en razón del bien jurídico protegido por la norma penal.

2º) Que la ley penal, además de señalar la pena, contenga el núcleo esencial de la prohibición.

3º) Que sea satisfecha la exigencia de certeza, es decir que se dé la suficiente concreción para que la conducta calificada de delictiva quede suficientemente precisada con el complemento indispensable de la norma a la que la ley penal se remite, y resulte de esta forma salvaguardada la función de garantía del tipo con la posibilidad de conocimiento de la actuación penalmente condicionada (SSTC 122/87, 127/90 y 120/98).

El art. 274 remite expresamente a la ley de marcas, pero en cuanto a los límites de lo que es delictivo resulta realmente impreciso, pues comprende cualquier violación del derecho de exclusividad, lo que ya está amparado en la norma que lo define y protege.

El derecho penal, además de por el principio de legalidad, se rige por los principios de intervención mínima, lesividad y proporcionalidad. Sólo son delitos las conductas sancionadas como tales en el C.P., y cuando un precepto resulta tan impreciso como el que nos ocupa, su interpretación debe ser restrictiva, pues sólo aquellas conductas que resultan muy graves deben ser sancionadas como delitos, la sanción como delito de una conducta debe ser proporcional a la violación del bien jurídicamente protegido. Sólo aquellas conductas dolosas y que supongan una grave vulneración del bien jurídico protegido, deben ser sancionadas como delito.

El art. 274 C.P. sanciona en su párrafo 1º) a los que con conocimiento de la existencia de una Marca Registrada, vulneren los derechos de exclusividad del titular de la marca, siempre que actúen con fines industriales o comerciales.

El núcleo de la conducta delictiva es la violación del derecho del titular de la Marca, admitiéndose en realidad cualquier medio comisivo, aquí reside la imprecisión del tipo. Por ello debe interpretarse que sólo conductas muy graves y dolosas caben dentro del tipo penal, pues el resto de conductas ya están sancionadas en la Ley de Marcas.

El favorecimiento de la exclusividad tiene un doble fundamento pues por un lado se protegen los intereses de los consumidores, que de esta manera ven favorecidas unas mejores posibilidades de asegurar la calidad deseada en las mercancías, productos o servicios que adquieren, y, por otro, se protegen los intereses de la empresa titular del derecho de propiedad industrial a quien se permite el goce de la correspondiente rentabilidad a que aspira mediante el cumplimiento estricto de las normas estatales que se le imponen.

La línea divisoria entre el ámbito civil y penal debe referirse a las infracciones que tengan la consideración de graves, ello en aras al respeto del principio de intervención mínima por ello, para que exista el delito, es necesario que haya una posibilidad de confusión en el público consumidor o adquirente de la mercancía, producto o servicio de que se trate.

El art 31 de la L.M., confiere al titular de la marca registrada el ejercicio de las acciones establecidas en el art 35 (civiles o penales) frente a terceros que la utilicen en el tráfico económico. sin su consentimiento.



De la documentación aportada por la querellante se deriva la titularidad de Chase Manhattan Corporation sobre las marcas Chase Manhattan Bank; Chase Manhattan; Chernical; Chase; Chase Investment Bank y, por tanto la legitimación para el ejercicio de la acción penal. Tal legitimación se pone en duda por la defensa del acusado en el hecho primero de su escrito de conclusiones provisionales, sin que en el acto del juicio lo plantee como cuestión previa, o siquiera haga mención a lo largo del informe. La alegada falta de legitimación obedece a que la querellante, Chase Manhattan Bank Sucursal en España, no es titular de las antedichas marcas, sino que dicha titularidad la ostenta sociedad extranjera, Chase Manhattan Corporation, holding financiero.

El motivo alegado por la defensa debe ser desestimado toda vez que con independencia de la nacionalidad de la sociedad, la cual deviene, en cumplimiento de la legislación española por el criterio de constitución-domiciliación, en virtud de lo prevenido en el art 28 del CC y de lo prevenido en el art 5 de la L.S.A., ello no empece que se rijan por las leyes del país de su constitución (como en lo relativo a la capacidad) así como a las leyes españolas en lo relativo a la creación del establecimiento, sus operaciones y jurisdicción. Pero la sucursal no deja de ser una extensión del principal y así se define en el Reglamento del Registro Mercantil (art 295), como establecimiento secundario dotado de representación permanente y de cierta autonomía de gestión, a través de la cual se desarrollen, total o parcialmente, las actividades de la sociedad. Así la sucursal española goza de la titularidad de la marca inscrita y aparece legitimada para el ejercicio de la acción. La legitimación igualmente deviene de lo dispuesto en el Convenio de la Unión de París, en virtud de lo dispuesto en el art 6° bis.

El acusado en representación de Amerinvest, sociedad que, al parecer está constituida en el Estado de Delaware, conforme a aquella legislación (según documentación aportada con el escrito de defensa), sin establecimiento constituido en España, viene ofertando productos financieros, de toda índole, que van desde ofertas sobre inversiones de gran rentabilidad, sin riesgo, a constitución de sociedades en el extranjero, desarrollo de estrategias empresariales y estructuras fiscales en el ámbito internacional. Tales ofertas se vienen anunciando en diarios o boletines económicos, asociando Amerinvest a Chase Manhattan Group (folios 7 a 10 de las actuaciones). En la revista semanal Interviú (16 al 22 de noviembre de 1998) existe un amplio reportaje publicitario en el que Amerinvest publicita con descaro la posibilidad de aperturar cuentas bancarias secretas, constituir sociedades libres de impuestos en Europa o en U.S.A, así como en otros paraísos fiscales, dentro del ámbito de la defraudación relacionándolo con personajes de gran trascendencia pública que evadieron capitales, para finalmente relacionar la citada empresa con el Chase Manhattan Group, haciendo constar que pertenece a una misma familia financiero-empresarial, sin pertenencia al grupo. Tales vinculaciones son repetitivas y así se anuncia en el periódico Expansión de 17-11-1998, en el del día 18-11-98, en el del día 24-11-98 y. en el de 16-12-98, a título ejemplificativo.

Junto a los citados medios tradicionales de publicidad el acusado utiliza otros más modernos, utilizando la publicidad asociada a Chase Manhattan a través de Internet. La página Web <http://www.chase-manhattan-group.com> (folio 83) se inicia con una bienvenida al grupo Chase Manhattan y en ella se recogen, entre otras, la compañía Amerinvest, con vínculos (links) a Chase Manhattan Corporation, Chase Bank y Chase Manhattan Mortgage Corporation, entre otros (folio 84). Entre otras, cabe reseñar en el dominio <http://www.chase-manhattan-group.com> m la página <http://www.chase-manhattan-group.com/amerinve5t%20sp/entertosp.htm> que obra a los folios 108 y ss de las actuaciones, a la que se accede a través la bandera española (entrar aquí) que obra al folio 83, en la que igualmente asociados al grupo Chase, como bienvenida a la página, o al signo registrado Copyright del mismo grupo, se puede acceder a las ofertas



reseñada en la página; si se entra en "compañías libres de impuestos", accedemos a la página taxfreesp.htm (folios 110 a 113); si se pulsa "compañías off-shore", se dirige al archivo offshoresp.htm (folio 114), que a su vez permite elegir de una lista de países la información sobre sus beneficios fiscales, entre otros. La página entertosp.htm permite a su vez acceder a "cuentas bancarias secretas" banksecretsp.htm -en construcción- (folio 117) y "domiciliaciones" addressesp.htm, todas ellas redactadas en español y destinadas a potenciales clientes hispano parlantes.

La utilización de la denominación Chase Manhattan ya sea en la dirección de correo electrónico, ya sea en un dominio de Internet, ya sea por cualquier otro medio tradicional de publicidad, colisiona con los derechos del titular de la marca registrada Chase Manhattan.

Por la defensa del acusado se opone que no ostenta la representación legal de Amerinvest; que esta sociedad está debidamente constituida en Delaware; que Chase Manhattan-Group Corporation es una sociedad debidamente constituida de acuerdo con las Leyes del Estado de Delaware y que el registro del dominio Chase-Manhattan-Group en el registrador Network Solutions Inc. con los Servidores de Nombres NS1.DNS-HOST.COM (209.235.102.13) y NS2.DNS-HOST.COM (209.235.102-12) según se deriva de los documentos acompañados con el escrito de defensa y que obran a los folios 385 a 393 de las actuaciones.

En cuanto a la primera de las cuestiones propuestas, dado que Amerinvest, no ha abierto sucursal en territorio español, ni ha sido inscrita en el Registro Mercantil y, consecuentemente, no ha designado quienes son sus administradores, no se depositan cuentas anuales, etc, es decir, lo que constituye una actividad societaria con sujeción a las leyes del país donde se ejerce la actividad social, es obvio que el acusado, desde este aspecto, no ostenta la representación legal de dicha sociedad, por la sencilla razón de que no existe en territorio español.

Manifiesta el acusado que la relación que le unía con la sociedad (debe suponerse la constituida en el Estado de Delaware) era de mero Agente Comercial, sin embargo no se dan las notas características del comisionista relativas a la representación y actuación en nombre del comitente, rendición de cuentas y, en definitiva, todas las derivadas. De la abundante documentación existente en autos, tanto la aportada como la ocupada en el registro practicado, se deriva que el acusado representa a Amerinvest, así se puede citar la tarjeta de visita en la que aparece XXX, Amerinvest Spain.

De la documental contable, también ocupada, no se deriva operación contable alguna que tienda a liquidar los honorarios propios de un agente comisionista. El propio acusado no sabe dar razón de quienes son los otros agentes comerciales que actúan en nombre de Amerinvest cuando se practica el requerimiento de 21 de octubre de 1998 (folio 153).

Al margen de la inexistencia de Amerinvest Spain por los motivos expuestos anteriormente, que llevan a una imputación de autoría simple al amparo del art 28 del C.P., puede dirigirse igualmente la acción penal contra el acusado a tenor de lo dispuesto en el art 31 del C.P., por cuanto se puede establecer que el acusado actúa, al menos en representación voluntaria de Amerinvest.

La colisión entre el nombre de dominio de Internet y la marca registrada debe resolverse a favor de ésta última, toda vez que la marca supone el signo distintivo más importante del empresario



en el tráfico mercantil y como fundamental protección del consumidor, de ahí que el principio de protección de la marca, como tipo de propiedad industrial, de quien acredite su titularidad frente a quien utilice otra que induzca a error al consumidor. La solución es análoga a la que pueda suscitarse entre una marca registrada y una denominación social, estableciéndose prohibición de la identidad, entendiéndose existente cuando se utilizan las mismas palabras pero con diferente orden, género o número; la utilización de palabras con la adición o supresión de términos o expresiones genéricas o accesorias, o de artículos, adverbios, conjunciones, acentos etc. Ello porque las marcas y, en general, los signos distintivos son instrumentos de transparencia en el mercado que, al permitir la identificación del origen empresarial de un producto o servicio.

El desarrollo de la función identificadora y, a la par, diferenciadora del empresario, sus productos, servicios o sus establecimientos tiene por consecuencia que el esfuerzo competitivo que ha desarrollado el titular de dichos signos distintivos no pueda ni deba ser aprovechado de forma injustificada por un tercero. El titular de la marca goza de un derecho de exclusiva en su utilización, el cual debe entenderse lesionado cuando venga dispuesta la utilización por terceros a fin de identificarse con su establecimiento, renombre, solvencia etc.

Cuestión distinta es que la colisión entre el dominio de Internet y la marca registrada deba resolverse dentro del ámbito penal. Para ello es necesario precisar si el uso o aprovechamiento de ese nombre de dominio en colisión con la marca, para fines comerciales es doloso.

Es necesario examinar para resolver esta cuestión cual es la normativa aplicable para inscripción del nombre de dominio.

El registro del nombre de dominio está supeditado a la existencia de buena fe en el solicitante, tal y como se deriva de lo dispuesto en la Política de Resolución de Conflictos sobre Nombres de Dominio" (UDRP) adoptado por el ICANN (Internet Corporation for Assigned Names and Numbers) al especificar que "... la solicitud de un dominio, el mantenimiento o actualización del nombre del dominio registrado, está sujeto a la veracidad de las declaraciones recogidas en el "Acuerdo de Registro" entre otras que el registro del nombre de dominio no infringe o viola derechos de terceros, que no se registra el nombre de dominio con fin ilícito, y que no se empleará "a sabiendas" el nombre de dominio para la infracción de las leyes aplicables. Es responsabilidad del solicitante determinar si su nombre de dominio infringe o viola derechos de terceros..."

El dominio www.chase-manhattan-aroup.com está registrado. con fecha 28 de abril de 1998, a nombre de Chase Manhattan Group Corporation, en Network Solutions Inc. entidad acreditada por el ICANN y por tanto sujeta a la "Uniform Domain-Name Dispute-Resolution Policy" (UDRP). Bajo esta UDRP existen servicios de arbitraje de entidades reconocidas por el ICANN, que resuelven las disputas sobre nombres de dominio que infrinjan algún derecho de propiedad industrial; así la "WIPO Arbitration and Mediation Center" (de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual) examinó en el caso No.D2000-0388 (<http://arbitrator.wipo.int/domains/decisions/html/d2000-0388.html>) el registro del dominio www.chasemanhattancorp.com resuelto a favor de Chase Manhattan Corporation, expresando en los antecedentes de hecho, entre otros "... se dedica a servicios financieros. El Chase National Bank, ..., fundado en 1877. Tras la fusión en 1955 con The Bank of Manhattan Co. la corporación resultante se conoció como The Chase Manhattan Bank, desde 1969 se constituye en holding cotizando en la Bolsa de Nueva York y desde la fusión con The Chemical Banking



Corporation en 1996 se convierte en el mayor holding bancario de Estados Unidos. Desde 1877 ha empleado la denominación CHASE y consecuentemente CHASE MANHATTAN como parte de su nombre comercial,.. siendo titular de las marcas..."

Sentado lo que antecede es indudable la mala fe del acusado en el ejercicio de la acción ya que, con independencia de quien ostente la titularidad del dominio de Internet, es claro que se está utilizando una marca de renombre internacional, circunstancia ésta, por los motivos expuestos, es necesariamente conocida por el acusado. A éste no se le puede imputar la titularidad del dominio pues, entre otras cosas se desconoce cual puede ser su relación con la empresa Chase Manhattan Group Corporation. Pero lo que sí se le puede imputar es su aprovechamiento, con indudable conocimiento de quien es el titular legítimo, publicitando por medios tradicionales, la prestación de servicios financieros de toda índole, haciendo figurar en tal publicidad la dirección del correo electrónico y la página Web, con la denominación AmerinvestSp@Chase-Manhattan-Group.com ó <http://www.Chase-Manhattan-Group.com> y para la atención en castellano Amerinvest@Chase-Manhattan-Group.com, lo que denota la finalidad de captar a cliente, entre otros países, en España, con violación del derecho de marcas por emplear una denominación que corresponde con una marca ajena debidamente inscrita, desde 1967. conocida internacionalmente, con la finalidad de aprovecharse de la reputación ajena, al objeto de captar clientes que, confiados en el respaldo de una importante entidad financiera, pueden realizar con el acusado transacciones comerciales de carácter financiero que en otro caso no hubieran realizado.

Que la acción es netamente dolosa se deriva además y, en primer lugar, de la utilización de una marca que no sólo aparece registrada, sino que es notoria. En segundo lugar se asocian a dicha marca actividades financieras, esto es, a las que se dedica el titular legítimo de la marca. El perjuicio que se causa es de gran magnitud, toda vez que las actividades financieras que se ofertan incitan a la comisión de delitos, por ejemplo al folio 112 de las actuaciones bajo el epígrafe ejemplo de protección de bienes, relata cómo se puede evitar el embargo de bienes por cantidades adeudadas en un procedimiento de divorcio. Existen otros anuncios con ejemplos similares que, aparentemente incitan a la comisión de delitos de alzamiento de bienes, captación de pasivo, evasión de capitales etc, actos preparatorios de estafa o medios coactivos para lograr transmitir el dominio, circunstancias éstas que motivan la deducción de testimonio a la Fiscalía Especial de Delitos Económicos.

El acusado a pesar del requerimiento formulado por el titular de la marca, y del requerimiento formulado por el órgano judicial para que cese en la utilización de la denominación idéntica o análoga -practicada el día 21-10-1998 (folio 153)-, no cesa en tal utilización. Se comprueba este extremo, en la práctica de la entrada y registro en la oficina sita en la C/ Francisco Giralde nº 2 y C/ Núñez de Balboa nº 81, autorizadas por auto de 2-07-1999 (folios 277 a 284), las órdenes de inserción de anuncios publicitarios en el Boletín de Bolsa, Economía y Finanzas a efectuar el día 26-2-1999, posterior al requerimiento, en la que nuevamente se ofertan productos financieros de las clases referidas asociados a Chase Manhattan Group. La citada vinculación aparece igualmente en las tarjetas de visita, encontradas igualmente en el registro domiciliario, o que sigue teniendo su página Web asociada a la legítima titular de la marca, con la agravación de que la semejanza ya no sólo es fonética. En la página <http://www.chase-manhattan-group-com/bank/chaseoffice.html> hay una imagen del banco Chase Manhattan -según acta notarial aportada al juicio y que se corresponde a la diligencia practicada el 11-01-2001- que además es el único vínculo "vivo" en dicha página y por el cual se accede a la página web oficial de la querellante (<http://www.chase.com>). El otro vínculo en dicha página, la fotografía



correspondiente al C.M.G. Group, carece de contenido y no hace más que remitir a la página inicial. Es de destacar que la página <http://www.chase-Manhattan-group.com/bank/chaseoffice.html> no es activa en el idioma inglés, y sí en el idioma español.

La vinculación de la actividad a la marca Chase Manhattan, incluido el "link" a su página oficial, induce a error en el consumidor, pues quien contrata tales servicios, indudablemente cree estar amparado por una entidad financiera de reconocido prestigio.

SEGUNDO.- Por la querellante se formula acusación por delito de publicidad engañosa, al amparo del art 282 del C.P. La esencia del precepto por el que se formula acusación hay que encontrarla en el art 2 de la LGDCU, que proclama entre los derechos básicos de los consumidores, la información correcta sobre los diferentes productos o servicios. Para delimitar la acción típica no se puede acudir a cualquier criterio de falta de veracidad o asimilarlo a aquellos supuestos en que se estima existe una publicidad ilícita, al amparo del art 3 de la LGPU. Atendiendo al tenor literal del art 282 no pueden reputarse típicas las conductas consistentes en publicitar un determinado producto o servicio valiéndose de un mensaje veraz sobre aquel, aunque construido sobre el menoscabo de valores legales incuestionados. El carácter falso o incierto a que se refiere el precepto es a los servicios o productos que son objeto de publicidad y no al mensaje en sí mismo.

En el caso de autos el engaño lo constituye el hecho publicitario de forma que el error o confusión en que pueda incurrir en consumidor es precisamente por el aprovechamiento de una renombrada marca y la protección no es otra que la se brinda en el delito contemplado en el fundamento jurídico anterior, por cuanto la protección de la marca no tiene como única finalidad la de satisfacer los intereses privados del titular de la marca, sino los legítimos intereses de los consumidores y usuarios, eliminando el riesgo de que el consumidor sea engañado o inducido a error en el mercado.

En todo caso parece dudosa la legitimación del querellante para el ejercicio de la acción por esta causa, en tanto que su condición de perjudicado no deriva de su cualidad de consumidor o usuario, sino de la titularidad de la marca, legitimación que más bien parece reservada, a tenor de lo dispuesto en el art 7.3 de la L.O.P.J., art 20 de la L.G.D.C.U y art 51 de la C.E. a las asociaciones de consumidores y usuarios.

TERCERO.- De dicho delito es responsable en concepto de autor el acusado x.xxx, en virtud de lo dispuesto en el art 28 del C.P.

CUARTO.- En la realización del expresado delito no concurren circunstancias modificativas de la responsabilidad criminal. No concurriendo circunstancias modificativas de la responsabilidad criminal, de conformidad con lo prevenido en el art 66 del C.P. , procede fijar la pena en atención a la mayor o menor gravedad del hecho ya las circunstancias personales del delincuente. En el caso de autos la infracción ha de considerarse grave. Junto a la lesión propia de la usurpación, se asocia al titular legítimo de la marca con actividades que perteneciendo al mismo ámbito, son de dudosa legalidad, produciendo un claro error en los consumidores, que puede llevarles a realizar grandes desplazamientos patrimoniales, en la confianza de que están amparados por una entidad bancaria de solvencia internacional cuando, realmente el acusado, ni siquiera tiene establecimiento abierto en España.



También pudiera darse el caso inverso de forma que los clientes de la entidad bancaria, alarmados por los servicios que oferta, decidieran cancelar cuentas, depósitos etc.

Junto a la mencionada infracción y las consecuencias descritas, es de añadir la contumaz actuación del acusado, pues conocedor de la infracción y requerido por el instructor en las medidas cautelares adoptadas, para que se abstuviera de utilizar la marca Chase Manhattan, lo ha seguido haciendo, como se pone de manifiesto por las órdenes de inserción de anuncios publicitarios ligados a la marca, encontrados en el registro domiciliario.

Por las circunstancias expuestas procede imponer al acusado la pena en su mitad superior, y fijando el precepto la pena de seis meses a dos años de prisión, procede imponer la pena de quince meses de prisión, multa de quince meses con una cuota diaria de 2000 pts. La citada pena lleva aparejada como accesoria la inhabilitación, por el mismo plazo, del ejercicio de la industria de conformidad con lo prevenido en los arts 45, 55 y 56 del CP.

QUINTO.- Todo responsable criminalmente de un delito o falta lo es también civilmente y las costas procesales se entienden impuestas a los mismos por la Ley (arts 109 y ss, 116, 123, 124 C.P. y 240 de la L.E.Cri).

Por la acusación particular y por el Ministerio Fiscal se solicita la cantidad de 50.000.000 pts. La determinación de la responsabilidad civil derivada del delito procede fijarla de conformidad con lo establecido en el art 38 de la L.M. a cuyo tenor:

1. La indemnización de daños y perjuicios comprenderá no sólo las pérdidas sufridas, sino también las ganancias dejadas de obtener por el titular del registro de la marca a causa de la violación de su derecho.
2. La cuantía de las ganancias dejadas de obtener se fijará, a elección del perjudicado, con arreglo a uno de los criterios siguientes:
 - a) Los beneficios que el titular habría obtenido mediante el uso de la marca si no hubiera tenido lugar la violación.
 - b) Los beneficios que haya obtenido el infractor por consecuencia de la violación.
 - c) El precio que el infractor hubiera debido pagar al titular por la concesión de una licencia que le hubiera permitido llevar a cabo su utilización conforme a derecho.
3. Para la fijación de la indemnización se tendrá en cuenta la notoriedad y prestigio de la marca y el número y clase de licencias concedidas en el momento que comenzó la violación.
4. La indemnización de daños y perjuicios solamente podrá exigirse en relación con los actos de violación realizados durante los cinco años anteriores a la fecha en que se ejercite la correspondiente acción; y se fijará en ejecución de sentencia.

FALLO: Que debo condenar y condeno a XXXXX como autor responsable de un delito contra la propiedad industrial, sin la concurrencia de circunstancias modificativas de la responsabilidad criminal, a la pena de quince meses de prisión, inhabilitación para el ejercicio de la industria durante el tiempo de la condena, quince meses de multa con una cuota diaria de 2000 pts, a que indemnice a Chase Manhattan Bank en la cantidad que se determine en ejecución de sentencia, ello con expresa Imposición de costas incluidas las de la acusación particular.



Se absuelve al acusado del delito relativo a los consumidores del que venia acusado, declarando de oficio las costas.

Dedúzcase testimonio de las presentes actuaciones a la Fiscalía Especial de Delitos Económicos, por si los servicios ofertados por el acusado fueren constitutivos de delito.

Para el cumplimiento de la pena de privación de libertad, se le abonará todo el tiempo que haya estado en prisión preventiva por esta causa.

Contra la presente resolución cabe Recurso de Apelación, que deberá interponerse dentro del plazo de diez días a partir del siguiente de su notificación.



ANEXO III

TRIBUNAL DE SENTENCIA: Usulután, a las ocho horas con treinta minutos del día siete de febrero de dos mil uno.

Causa Número **U-224-12-00** seguida contra **JOSE CAMILO ROMERO ARGUETA**, de treinta y dos años de edad, comerciante, casado con Ana Daysi Flamenco Portillo, con quien ha procreado dos hijos, de este domicilio y del de Ozatlán, con residencia en Barrio El Calvario de este último, salvadoreño por nacimiento, originario del municipio de Joateca, en el departamento de Morazán, nacido el día dieciocho de julio de mil novecientos sesenta y ocho, hijo de José de Jesús Romero y de María Eusebia Argueta, ambos sobrevivientes, datos que han sido parcialmente confrontados con licencia de conducir número: trece diez – dieciocho cero siete sesenta y ocho – ciento uno – cero, y con su Cédula de Identidad Personal número: cero ocho – cero uno – cero cuarenta y ocho mil cuatrocientos uno; procesado por el delito de **VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES**, previsto y sancionado en el Art. 229 del Código Penal, en perjuicio del ORDEN SOCIO ECONOMICO y de la Propiedad Intelectual e Industrial de **LICORERA EUSKADI, SOCIEDAD ANONIMA**, del domicilio de Guatemala, representada en El Salvador por la Licenciada GUADALUPE MAYORAL GARCIA, y **LICORES CENTROAMERICANOS, SOCIEDAD ANONIMA**, representada por el Licenciado ROBERTO YUDICE AVENDAÑO; la primera sociedad como titular del distintivo comercial: "Vodka Troika", y la segunda como importadora en el país del producto que ampara dicho distintivo. La audiencia de vista pública fue presidida por el Juez Hugo Noé García Guevara. Actuaron, como representante del Fiscal General de la República el Licenciado David Emilio Medina Alfaro, y como Defensor Particular del acusado el Licenciado José Saúl Carranza Posada.

RESULTANDO:

Según la acusación, el señor ROBERTO YUDICE AVENDAÑO y la Licenciada GUADALUPE MAYORAL GARCIA, el primero en su carácter de apoderado general administrativo de la empresa Licores de Centroamérica Sociedad Anónima, y la segunda, como apoderada judicial especial de la empresa Licorera Euskadi, Sociedad Anónima, del domicilio de Guatemala, autorizaron a la Fiscalía para que iniciaran investigación contra José Camilo Argueta Romero, propietario del establecimiento comercial: "Venta de Licores y Abarrotes Los Pilotos", quien utilizaba el distintivo comercial bajo la patente "Vodka Troika", de la cual la primera empresa antes mencionada es propietaria, y la última importadora a El Salvador, siendo su distribuidora en el país la "Distribuidora de Licores S.A. de C.V.", encontrándose inscrita al número cero cero doscientos dieciocho del Libro cero cero cinco del departamento de Registro de Comercio; por lo que se solicitó a la Juez Segundo de Paz, el día veintitrés de junio del año en curso orden de registro y allanamiento del negocio del acusado antes mencionado, el cual se efectuó a las doce horas con quince minutos de la fecha antes mencionada, encontrando en el interior de dicho establecimiento comercial distintivos de la patente "Vodka Troika", tapones metálicos y plásticos que se utilizaban para envasar líquidos, mangueras, embudos, limpia botellas y otros artículos, de los cuales se puede inferir con certeza que el imputado usaba el distintivo comercial "Vodka Troika" en forma fraudulenta y adulteraba el líquido contenido en el interior de los envases.

CONSIDERANDO:

I. Que luego de apreciadas las pruebas producidas durante la vista pública de un modo integral y según las reglas de la sana crítica, el suscrito Juez procedió a formular la sentencia, habiendo considerado, todos los puntos sometidos a su conocimiento, conforme a lo establecido en el Art. 356 Pr. Pn., de acuerdo al orden que se expresan en los numerales romanos siguientes.



II. En cuanto a la competencia, la procedencia de la acción penal y de la acción civil. De conformidad al Art. 18 inc. 2º Pn., el ilícito penal atribuible al Señor JOSE CAMILO ROMERO ARGUETA, es considerado como menos grave; de conformidad a lo dispuesto en el Art. 26 No. 9 Pr. Pn., el referido ilícito es perseguible mediante acción penal pública previa instancia particular; de conformidad al Art. 53 inc. 3º lit. "a" y "b" Pr. Pn., es competente para conocer en audiencia de vista pública uno de los jueces que integran el Tribunal de Sentencia.

III. Para la audiencia de vista pública se ofreció prueba en relación a la existencia del delito y a la culpabilidad, siendo esta la siguiente: **A)** la Fiscalía General de la República ofreció la prueba siguiente: **1) Prueba Documental:** **a)** Denuncias interpuestas por la Licenciada Guadalupe Mayoral García y por el señor Roberto Yúdice Avendaño, **b)** acta de inspección realizada en la Venta de licores y abarrotes "Los Pilotos", **c)** acta de registro y allanamiento en el citado negocio, **d)** certificado de registro del distintivo comercial "Vodka Troika"; **2) Prueba Pericial:** **a)** resultado de la prueba grafotécnica practicada por el perito Ramón López García en los sellos plásticos de seguridad que tenían los frascos obtenidos en el citado negocio, **b)** resultado de prueba grafotécnica efectuada por el perito Francisco Antonio Benavides Acevedo en frascos de la bebida decomisada; **c)** resultado de prueba toxicológica practicada por la Licenciada María Patricia Ramos de López sobre el grado de etanol en las bebidas decomisadas; **d)** resultado de la experticia toxicológicas practicadas por la perito Ana del Carmen Castellanos. **3) Prueba Testimonial:** Daniel Alcides Polío, Oscar Canales, José Hernan Peña Morales, Jorge Alberto Sánchez Granados y Wlateral Neftalí Figueroa. **4) Evidencias Físicas:** a) cuarenta y siete botellas cada una con trescientos sesenta mililitros de alcohol, b) cinco botellas cada una con cuatrocientos ochenta mililitros de alcohol, todas con viñetas y sellos de la marca "Vodka Troika suave", c) ciento veintidós tapones de rosca con la misma marca para sellar botellas; d) veinticuatro viñetas o sellos plásticos de la marca Troika suave, e) doscientos treinta y cinco tapones color azul, f) dos embudos, uno verde y otro azul; g) tres limpia botellas. **B)** La defensa no ofreció prueba.

IV. VALORACIÓN INTEGRAL DE LA PRUEBA: **A) En cuanto a la existencia del delito**, para que se configure el delito de Violación de Distintivos Comerciales, de conformidad al Art. 229 Pn., se requiere una acción típica consistente en "reproducir, imitar, modificar o utilizar de cualquier modo, con fines comerciales o industriales y sin el consentimiento del titular, la marca, nombre comercial, expresión, señal de propaganda o cualquier otro distintivo comercial, infringiendo los derechos amparados por la propiedad intelectual registrada conforme a la ley." Al hacer una adecuación fáctica deducido del desfile probatorio a la acción penal típica antes descrita se hacen las valoraciones siguientes: **1)** Se ha incorporado por su lectura fotocopia del Certificado de Registro extendida el seis de marzo del año recién pasado por la Licenciada María Dafne Ruíz y Guillermo Alfonso López, Registradora y Secretario del Registro de Comercio, respectivamente, certificado por la notario Consuelo Escobar, el día veintisiete de junio del mismo año, en la que aparece que la sociedad "INDUSTRIA LICORERA EUSKADI, S. A.", es propietaria de la marca de fabrica y distintivo comercial "Vodka Troika", teniendo reservado el derecho a usar la marca en los artículos que ampara en sus accesorios, empaques y propaganda, encontrándose inscrita al número cero cero doscientos dieciocho, del Libro cero cero cinco, folios o cuatrocientos cuarenta y nueve – cero cuatrocientos cincuenta, del Departamento de Registro de la Propiedad Intelectual del Registro de Comercio, con fecha dieciséis de diciembre de mil novecientos noventa y uno. **2)** se incorporo por su lectura Acta del registro efectuado a las doce horas con quince minutos del día veintitrés de junio del año recién pasado, en el establecimiento de bebidas alcohólicas denominado "Los Pilotos", por los Agentes Jorge Alberto Sánchez Granados, Walter Figueroa y José Hernán Peña Mortales, y el Fiscal Licenciado Jorge Geovani Aguirre Melara, en la cual consta que se entrevistaron con el señor José Lucio Batres Guevara, quien manifestó ser el encargado del lugar, siendo el dueño del lugar el señor Edgar Antonio Avilés Alvarenga, según permiso otorgado por las autoridades municipales el día once de enero de ese año; procediéndose al secuestro dentro de otras cosas, de: cuarenta y siete medias botellas marca "Troika suave", de trescientos sesenta mililitros; veinticinco botellas de la misma marca de setecientos cincuenta mililitros; y, cinco botellas de cuatrocientos ochenta mililitros de contenido; ciento veintitrés tapones nuevos para el sellado de la marca troika falsificada; veinticuatro sellos de plásticos para la seguridad del tapón del licor vodka Troika falsificada; a las catorce horas con veinte minutos se hizo presente al lugar del registro el señor José Camilo Romero Argueta, quien manifestó ser el propietario del negocio, procediendo luego a su detención, a las catorce horas con cincuenta minutos; el acta aparece



firmada por los tres policías y el Fiscal antes mencionado, por el encargado del negocio. **3)** Según Acta de inspección, realizada el día veinte de junio del año recién pasado, consta que se procedió a verificar las direcciones dada por el Señor Daniel Alcides Polío, Supervisor de Ventas de la sociedad Distribuidores de Licores S.A. de C. V., en la que consta únicamente la ubicación de los negocios: Venta de Licores y Abarrotes "Los Pilotos" y la Venta de Licores "El Mercado." **4)** Se procedió a incorporar por su lectura pruebas toxicológicas y grafotécnicas, las cuales se omite detallar por las razones que adelante se mencionaran. **7)** El testigo Daniel Alcides Polío, en lo sustancial manifestó, que se desempeña como Supervisor de la Distribuidora de Licores S.A. de C.V., conocida como: DILICO, en la zona oriental, desempeñándose como Gerente Regional; que conoce al imputado desde hace siete años, por ser cliente, y que este no tiene ningún contrato para reproducir marca o producto Vodka Troika; que el visita cada ocho o quince días a sus clientes; que a el le llamo la atención la diferencia de viñetas del producto Vodka Troika que había en el negocio del imputado, por lo que el lo reporto a la empresa; que el no tiene conocimiento que al producto se le desprendan las viñetas o los sellos de seguridad y que queden en el fondo de las cajas; que de esas irregularidades se dio cuenta desde hace tres años; que ellos no venden viñetas ni tapones; que siempre revisan el producto. **8)** El testigo Oscar Sebastián Canales Saravia, en lo sustancial manifestó, que el es vendedor de la Distribuidora de Licores, DILICO, en la zona oriental, desde hace dos años; que conoce al imputado; la empresa no vende viñetas, selones o sellos de seguridad; que ellos con los clientes revisan el producto al hacer la entrega; que el según o la viñeta se les puede deteriorar pero no se le cae al producto; que el testigo Daniel Alcides Polío, es su jefe inmediato. **9)** Los testigos José Hernán Peña Morales, Jorge Alberto Sánchez Granados y Walter Neftalí Figueroa, agentes de la División de Finanzas de la Policía Nacional Civil, adscritos a la Delegación Departamental de Usulután, en lo sustancial manifestaron, que antes del veintitrés de junio del año recién pasado, fecha en la cual se efectuó el registro de la abarrotería "Los Pilotos", propiedad del imputado, ellos, juntamente con autoridades de Salud Pública, habían efectuado inspecciones en ese lugar, habiendo observado que en pruebas de campo que efectuaban la graduación del alcohol que contenía el producto Vodka Troika, no era igual; además observaron que los sellos de seguridad eran diferentes, la textura del tapón y el color verde de la cinta no era uniforme; así también como el tamaño de la letra, estilo y la figura del carruaje que presentaba el producto, todo lo cual ellos lo reportaban a su jefe inmediato; que el día del procedimiento observaron que en una caja se encontraban viñetas, tapones y sellos de seguridad intactos, es decir, sin usar; asimismo, encontraron helenas, embudos, mangueras con olor a alcohol, los cuales siempre se encuentran en lugares donde adulteran bebidas alcohólicas. **10)** Al declarar en la audiencia de vista pública el imputado José Camilo Romero Argueta, en lo sustancial manifestó, que todo lo que pasa es consecuencia de la disputa de clientes entre el señor Alfonso García, distribuidor, y el señor Daniel Polío, quien es supervisor, y que por un problema de factura dejo de trabajar con el, por lo que este recogió licor adulterado y se lo llevo al gerente; que las viñetas que le encontraron aparecen en el fondo de las cajas, a lo mejor es que las olvidan; que los lavapachos son para lavar las botellas ya que así las tiene que entregar; que los recipientes que encontraron los ocupa el muchacho que cuida el negocio para lavar la ropa y que las manguera la utilizan para lavar las botellas; que el es el propietario de negocio, aunque aparece otra persona como tal, ello obedece a que solo les permiten que sean dueño de un solo establecimiento. **11)** Conforme a la prueba antes relacionada se hace las consideraciones siguientes: **a)** Según el Art. 7 del Convenio Centroamericano de Protección a la Propiedad Industrial, que en lo sucesivo se llamara: "el convenio", marca es "todo signo, palabra o combinación de palabras, o cualquier otro medio gráfico o material, que por sus caracteres especiales es susceptibles de distinguir claramente los productos, mercancías o servicios de una persona natural o jurídica, de los productos, mercancías o servicios de la misma especie o clase, pero de diferente titular." En la viñeta que ampara el producto licorero identificado como: "Troika", concurren esas circunstancias que menciona la norma comunitaria antes citada, la cual recoge, amplifica y clarifica la definición de "distintivo comercial" contenida en el Art. 229 Pn.. **b)** Se ha acreditado, de conformidad al Art. 17 del Convenio, mediante el respectivo registro de la marca relacionado en el numeral 1, del número IV romano, que la sociedad "INDUSTRIA LICORERA EUSKADI, S. A.", es propietaria de la marca de fabrica y distintivo comercial: "Vodka Troika", teniendo reservado el derecho a usar de la marca en los artículos que ampara en sus accesorios, empaques y propaganda; entendiéndose implícita en la marca, aunque no se hay registrado así, por no poderse de conformidad al Art. 10 lit. "i" del Convenio, "los nombres técnicos o comunes de los productos, mercancías o servicios, cuando con ellos se pretenda amparar artículos o servicios que estén comprendidos en el género o especie a que corresponden tales nombres." **c)** Se ha acreditado que el imputado José Camilo Romero Argueta, con fines comerciales imita y utilizaba la marca comercial: "Vodka Troika", la cual por



encontrarse inscrita en el Registro de Comercio de El Salvador, es objeto de protección por parte de nuestro Estado, según el Art. 18 del Convenio Centroamericano de Protección a la Propiedad Industrial; tal situación es acreditada con el acta de registro efectuado en el establecimiento comercial: venta de Licores y Abarrotes "Los Pilotos", relacionada en el numeral 2, del número IV romano, en la cual se menciona que en el referido local comercial se encontraron, dentro de otras cosas, ciento veintitrés tapones nuevos para el sellado de la marca Troika falsificada; veinticuatro sellos de plásticos para la seguridad del tapón del licor vodka Troika falsificada; todo lo cual es corroborado por el testimonio del Daniel Alcides Portillo Chávez, quien había observado la falta de uniformidad entre los productos amparados con la marca que tenía el imputado; por las observaciones preliminares que en inspecciones realizadas conjuntamente con autoridades de salud pública habían realizado los agentes José Hernán Peña Morales, Jorge Alberto Sánchez Granados y Walter Neftalí Figueroa, de la División de Finanzas de la Policía Nacional Civil, adscritos a la Delegación Departamental de Usulután; quienes son los que efectúan el día veintitrés de junio del año recién pasado, el registro y encuentran viñetas, tapones y sellos de seguridad intactos; además, lo anterior es deducible de la declaración misma del imputado, quien no ha negado que las cosas decomisadas se encontraban en su local comercial, aunque a argumentado que su tenencia no era con fines ilícitos. **d)** Consideración especial merece, el relacionar, aunque no se ha invocado por la defensa, que el acta de registro no cumplió con la formalidad señalada en el Art. 175 inc. 2º. Pr. Pn., en cuanto el acta debe ser firmada por dos testigos hábiles; sobre lo cual debe considerarse que tal omisión no está sancionada con nulidad, pero a criterio de este Juez tiene como consecuencia la ineficacia probatoria de dicho registro; dicho procedimiento no vulnera el derecho fundamental a la inviolabilidad de la morada, reconocido en el Art. 20 Cn., en cuanto el registro se efectuó dentro de los presupuestos de dicha norma constitucional, o sea, mediando orden judicial, por lo que no se puede hablar de nulidad absoluta, porque lo que se ha violentado ha sido únicamente la legalidad ordinaria procesal; por lo que tal defecto o irregularidad procesal es factible de subsanación o convalidación por otros medios probatorios que se practiquen o ratifiquen durante el juicio, como lo ha sido la declaración del imputado, la del testigo Daniel Antonio Polío Chávez y la de los agentes que efectúan el registro, no solo de lo que ellos constatan el día del registro, sino también de las inspecciones que conjuntamente con autoridades de salud pública, habían efectuado tiempo atrás, lo cual sin lugar a dudas, juntamente con lo verificado por el testigo Polío Chávez, da la base para que se inicie la investigación. **e)** Ha este Juez no le merece fe lo dicho por el imputado José Camilo Romero Argueta en su declaración, en cuanto que las viñetas que se encontraron eran porque iban en el fondo de las cajas donde venía el producto, porque sería un absurdo sostener ello, pues es sabido que la colocación de viñetas en el producto y la colocación de este en la caja son momentos diferentes dentro del proceso de producción y distribución; y que el colocarlas implicaría de hecho el posibilitar que se violente el distintivo comercial; por otras partes, estas viñetas no se encuentran dispersas, sino dentro de una caja y en una bolsa, juntamente con otros distintivos comerciales como: selofón o sellos de seguridad íntegros, o sea no rotos, tapones intactos, o sea, no utilizados, pues conservan el sello metálico que viene adherido y del cual se desprende el tapón cuando es destapada la botella; además, se encuentran en el lugar utensilios como mangueras con olor a alcohol. **d)** Este Juez no considera necesario entrar a valorar las pruebas toxicológicas y grafotécnicas ofrecidas por la fiscalía, pese a que la defensa no las ha cuestionado, porque no comparecieron los peritos que las practicaron, quienes debían ratificar las pruebas realizadas, a inmediatez de este juez y de las partes, sometándose a la posibilidad de poder ser contradicho en sus conclusiones, mediante la ampliación, clarificación y cuestionamiento de estas; en consecuencia, no son actos de prueba, sino actos de investigación con posibilidad de convertirse en actos de prueba en la audiencia de vista pública para poder ser objeto de una valoración judicial. **e)** La ausencia del consentimiento de los titulares queda establecida por la condición de procesabilidad que el legislador le ha dado al ejercicio de la acción penal de este ilícito, es decir, que se requiere la instancia particular previa, o sea, la denuncia de la víctima; esto porque pudiera darse el caso que el propietario de la marca haya otorgado licencia de uso de la misma al imputado, conforme a lo dicho en el Art. 32 del Convenio; **B) En cuanto a la Culpabilidad:** el delito de Violación de Distintivos Comerciales es de carácter permanente, lo cual significa que por parte del sujeto activo hay una reiteración de su acción; el espacio temporal que supone implica diversos momentos en que el imputado ejecuta una acción que coincide con su voluntad y querer; no desconociendo la ilicitud de su acción, pues como el lo admite hay inspecciones periódicas de autoridades policiales y de salud pública para verificar la calidad del producto que vende y la no vulneración de los derechos de propiedad intelectual. **C)** En consecuencia, este Juez tiene por acreditado los hechos expuestos en la acusación fiscal.



V. ADECUACION DE LA PENA A IMPONER. De conformidad al Art. 62 Pn., este juez se encuentra en el deber de imponer al imputado una pena comprendida entre el mínimo y el máximo señalado para el ilícito penal concreto, correspondiendo, según el Art. 229 Pn., para el delito de VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES una pena entre uno a tres años de prisión. De conformidad al Art. 63 Pn., debe considerarse: **1)** No se a aportado prueba tendiente a establecer la extensión del daño y el peligro efectivo provocado; **2)** se desconocen los motivos que impulsan el hecho, fuera del móvil económico; **3)** el imputado ha tenido una comprensión del carácter ilícito del hecho, pues sabe que es objeto de supervisión e inspecciones periódicas por parte de autoridades públicas; **4)** Se carece de un estudio socio económico y cultural del imputado, lo que se sabe es por medio de su interrogatorio de identificación; **5)** no concurren circunstancias agravantes ni atenuantes. **6)** Por la pena que tiene señalada el delito, es procedente suspender condicionalmente la ejecución de la pena, tomando en cuenta la poca lesividad del delito, deducida de la pena señalada; lo cual significa que los fines que tiene señalada la pena pueden cumplirse con el solo impacto moral que lleva implícita una sentencia condenatoria, y la amenaza legítima de cumplir la pena de prisión de no sujetarse a las medidas que aseguren su sometimiento a las condiciones que judicialmente se impongan.

VI. RELACIÓN DE LA RESPONSABILIDAD CIVIL. No habiéndose aportado prueba tendiente a establecer la responsabilidad civil del justiciable, es procedente absolverlo de la responsabilidad civil derivada del ilícito.

POR TANTO:

De conformidad a los Arts. 2, 11, 12, 15, 20 y 181 de la Constitución de la República; Arts. 7, 10, 18 y 32 del Convenio Centroamericano de Protección a la Propiedad Industrial; Arts. 1 al 5, 77, 78, 114 al 116 y 229 del Código Penal; Arts. 1 al 4, 18, 19, 26, 28, 43, 53, 162, 265, 314, 324 al 354, 356 al 361 del Código Procesal Penal; en nombre de la República de El Salvador **FALLO: A)** Declárase al señor **JOSE CAMILO ROMERO ARGUETA**, de generales mencionadas en el preámbulo de esta sentencia, responsable del delito de **VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES**, previsto y sancionado en el Art. 229 Pn., en perjuicio de perjuicio del **ORDEN SOCIO ECONOMICO** y de la Propiedad Intelectual e Industrial de **LICORERA EUSKADI, SOCIEDAD ANONIMA**, del domicilio de Guatemala y representada en El Salvador por la Licenciada **GUADALUPE MAYORAL GARCIA**, y **LICORES CENTROAMERICANOS, SOCIEDAD ANONIMA**, representada por el Licenciado **ROBERTO YUDICE AVENDAÑO**; la primera sociedad como titular del distintivo comercial "Vodka Troika", y la segunda como importadora del producto que ampara dicho distintivo; y se le condena a cumplir con la pena de **DOS AÑOS DE PRISIÓN**, la cual finalizara a las diez horas con treinta minutos del día dos de febrero de dos mil tres, tomando en consideración que el justiciable entraría en detención en el acto de la lectura de esta sentencia, con lo cual formalmente se le notifica, y que estuvo detenido cuatro días con veintidós horas con veinte minutos, contados desde la detención, efectuada a las catorce horas con veinte minutos del día veintitrés de junio de dos mil, hasta la audiencia inicial celebrada a las diez horas del día veintiocho de junio del mismo mes y año. **B)** Absuélvase de responsabilidad civil al justiciable. **C)** Suspéndese condicionalmente la ejecución de la pena, la cual estará sujeta al cumplimiento de las obligaciones siguientes: a) presentarse mensualmente ante el Juez de Vigilancia Penitenciaria y de Ejecución de la Pena; b) mantener sus datos de identificación personal y en caso de modificación comunicarlos a la autoridad judicial; c) Someterse a las demás medidas de control y vigilancia que estime conveniente el Juez de Vigilancia Penitenciaria y de Ejecución de la Pena. **D)** Devuélvase al justiciable el licor original que le fue secuestrado. **E)** Solicitese a donde corresponda, la remisión del licor adulterado decomisado para efecto de proceder a su destrucción. **F)** Librense los oficios y certificaciones respectivas a donde correspondan. **NOTIFÍQUESE.**



ANEXO IV

TRIBUNAL QUINTO DE SENTENCIA DE SAN SALVADOR, a las Diecinueve horas del día veinticinco de febrero de dos mil dos.

Visto en Juicio Oral y Público el Proceso Penal marcado con el Numero **163-2001**, promovido en el Juzgado Quinto de Paz de esta Ciudad, en contra del Imputado **GUILLERMO CANAHUATI**, quien es de cincuenta y cinco años de edad, comerciante, casado, nacido en San Salvador, nacido el día veinticinco de septiembre de mil novecientos cuarenta y cinco, hijo de Ramón Canahuati y de Margarita Miguel, con domicilio en Calle Rubén Darío, número mil ciento treinta y seis, de esta jurisdicción; por el delito Calificado como **VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES**, previsto y sancionado en el Art. 229 del C.Pn., en perjuicio de **SANKEY INDUSTRY CO. LTD.**, hecho sucedido en el Almacén de Repuestos Monterrey, ubicado sobre la calle Rubén Darío, número mil ciento treinta y seis, de esta ciudad.

Como partes han intervenido en las presentes actuaciones: En su calidad de Agentes Auxiliares de la Fiscalía General de la República Los Licenciados **TATIANA MARGARITA UCEDA LOPEZ y GUILLERMO ANTONIO TORRES ARITA**; y en su calidad de Defensor Particular del Imputado, el Licenciado **OSCAR ALBERTO LOPEZ JEREZ**; todos mayores de edad, Abogados de la República, y del domicilio de esta ciudad.

Se advierte que de conformidad a lo establecido en los Arts. 19 Numeral 1, 53 Inciso tercero literal a), 338 y siguientes, todos del C.Pr.Pn., en relación con el Art. 229 C.Pn., el presente Proceso Penal fue sometido al conocimiento de este Tribunal de Sentencia en forma Unipersonal, siendo la Vista Pública presidida por el señor Juez Titular Licenciado **JOSE MIGUEL VALDES IRAHETA**, a cargo de quien además estuvo la redacción de la presente Sentencia.

I- DESCRIPCION DE LOS HECHOS

A- Los Agentes Auxiliares de la Fiscalía General de la República, los Licenciados **TATIANA MARGARITA UCEDA LOPEZ y GUILLERMO ANTONIO TORRES ARITA**, acusaron al imputado **GUILLERMO CANAHUATI**, según Dictamen de Acusación presentado en el Juzgado Quinto de Instrucción de esta Ciudad, el día Veintiséis de Junio de Dos Mil Uno, por los siguientes hechos: "*****
Que mediante denuncia formal interpuesta por parte de los señores **ROBERTO ROMERO PINEDA y VANESA BEATRIZ NUÑEZ BAÑOS**, apoderados legales de **SANKEI INDUSTRY Co. LTD**, se tuvo conocimiento que en Almacenes de repuestos Monterrey, ubicado sobre la calle Rubén Darío, número mil ciento treinta y seis, San Salvador, se encontraban importando y comercializando productos falsamente identificados por medio de marca de fábrica o de comercio 555, desconociendo hasta ese momento el nombre del productor y el propietario de dicho Almacén, así mismo manifestaban que la marca 555 se encontraba inscrita en la República de El Salvador, a favor de **SANKEI INDUSTRY, Co., LTD**, desde el cinco de junio del año recién pasado. Ante tal aseveración en el ente fiscal inició una serie de investigaciones a fin de dilucidar por una parte la existencia delictiva y por otra la individualización de responsabilidades, realizando para tal fin una serie de diligencias administrativas tales como: Se solicitó al registro de Comercio certificación de la marca 555, a efecto de comprobar la legítima titularidad de aquella de parte de **SANKEI INDUSTRY CO LTD.**, además se solicitó al ente jurisdiccional una serie de peticiones que se concretaron en solicitudes de Registros y Autorización para secuestrar efectos concernientes al delito investigado; de tales diligencias se obtuvo la realización de el correspondiente registro en el Almacén Repuestos Monterrey, dando como resultado el secuestro de diferentes productos no originales con la marca 555 consistentes en repuestos de vehículos en esfera, pitman, terminales de dirección, brazos de dirección, barras de cremallera, tercer brazo, brazo pitman, y brazo de cremallera, barras de dirección, como también cajas vacías con nombres y características no originales.



En el registro no hicimos acompañar de técnicos en ingeniería automotriz, y en diseño gráfico, a fin de que nos auxiliaran a verificar la autenticidad de los productos o repuestos no originales, como prueba anticipada de conformidad al art. 270 Pr.Pn., levantando acta de todo lo actuado.

Que todo lo anterior fue presentado para su ratificación al Juzgado Décimo tercero de Paz, de esta ciudad el día veintidós de marzo del presente año, en base al art. 180 Pr.Pn.

Posteriormente en sede fiscal con fecha veintisiete de marzo del presente año, se presentó el señor GUILLERMO CANAHUATI, en calidad de propietario de Almacenes Monterrey, según escritura pública de sociedades, juntamente con su defensor particular, el Licenciado López Jerez, para hacer valer sus derechos y garantías, de conformidad al art. 87 Pr.Pn., y así mismo realizar su defensa material y técnica de conformidad al art. 9 y 10 Pr.Pn.

Así pues con las diligencias anteriormente mencionadas se logró establecer certeramente la hipótesis fáctica planteada en la denuncia respectiva y se logró verificar la autoría del ilícito en mención.

En el transcurso de la etapa de instrucción, se han recabado publicaciones de los diarios: La Prensa Gráfica y el Diario de Hoy, de diferentes fechas, en las que se publicaba avisos de falsificación de productos de la marca "555", por parte de SANKEY INDUSTRY CO. LTD., haciendo saber al público en general que los productos antes manifestados se encontraban siendo falsificados en la República de Taiwan. "*****"

B. El Debate se inició y finalizó este día y al referirnos al desarrollo de la Vista Pública, en ella la parte defensora del acusado interpuso un incidente que resolver conforme el Art. 339 C.Pr.Pn., consistente en: Una excepción perentoria en base a lo prescrito en el Art. 277 Número 2 C.Pr.Pn., pues el delito que se conoce es perseguible previa instancia particular y el poder presentado para iniciar la acción penal no es suficiente según lo establecido en el artículo nueve de la Ley del Notariado, pues el Acta de Certificación Notarial del Poder presentado no está enlazada con la traducción del poder, es decir, que la acción no fue iniciada legalmente, en consecuencia se trata de una excepción perentoria que conlleva a una Nulidad Absoluta según lo establecido en el artículo doscientos veinticuatro del Código Procesal Penal, la cual no puede ser subsanada presentando el original del poder, por lo que solicitó un sobreseimiento definitivo a favor de su defendido o Nulidad Absoluta del proceso por haberse iniciado la acción penal de una forma ilegal, incidente que fue resuelto en su oportunidad. En el transcurso de la Vista Pública desfiló la prueba siguiente: **a) PRUEBA PERICIAL:** consistente en: Informes emitidos por los peritos José Mauricio Ponce Martínez y Ricardo Antonio Barraza sobre la legitimidad de los productos secuestrados en el almacén propiedad del procesado; **b) PRUEBA DOCUMENTAL:** consistente en la siguiente: **1-** Denuncia con el Poder respectivo, ratificación de la misma, y autorización de la Instancia particular para proceder penalmente; **2-** Certificación de Registro de la marca Industrial o de Fábrica "555", extendido por el Departamento de Registro de la Propiedad Industrial del Registro de Comercio; **3-** Certificación de Escritura de Constitución de la Sociedad Colectiva Canahuati y Compañía, debidamente autenticada, otorgada el veinticinco de octubre de mil novecientos ochenta y tres ante los oficios notariales de Salvador Iraheta Romero; **4-** Acta de Registro efectuado en el local del negocio denominado "Almacén de Repuestos Monterrey", el día veintiuno de marzo de dos mil uno; **5-** Ratificación Judicial del Secuestro, realizado por el Señor Juez Décimo Tercero de Paz de San Salvador, de fecha cuatro de mayo de dos mil uno; **6-** Certificación del Registro de la marca 555 de la República de Costa Rica, Honduras y Japón; **7-** diligencias de traducción del Certificado Japonés; **8-** Dos hojas volantes, en las que se advierte al comercio y al público en general, de la falsificación fuera de Japón del producto original de la marca "555"; **9-** Anuncios Periodísticos; y **10-** Factura Comercial Número Setenta y Seis Mil Setecientos Cincuenta y Siete, extendida por Almacén de Repuestos Monterrey de fecha veinticuatro de noviembre de dos mil. Advirtiéndose que tanto la prueba pericial, como documental fue incorporada al Juicio mediante su lectura, de conformidad a lo establecido en el Art. 330 Numerales 1 y 4 C.Pr.Pn

C- Al hacersele saber los Derechos y garantías que de conformidad a los Arts. 11 y 12 Cn.; 4, 9, 10, 87, 259 y 261 C.Pr.Pn.; y 14.3 del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 8.1 y 2 literales " b ", " c



," d ", " e ", " f " y "g" de la Convención Americana Sobre Derechos Humanos le corresponde al imputado **GUILLERMO CANAHUATI** y preguntársele por parte de este Tribunal si rendiría su Declaración Indagatoria, respecto al delito que se le atribuye, el Imputado manifestó que haciendo uso de uno de los derechos que la ley le confiere no rendiría su Declaración Indagatoria de los hechos que se le atribuyen.

II- CALIFICACION JURIDICA DE LOS HECHOS.

El Art. 229 C.Pn., tipifica el Delito de **VIOLACION DE PRIVILEGIOS DE INVENCION**, así: "" El que con fines industriales o comerciales y sin consentimiento de titular, reproducere, imitare, modificare o de cualquier modo utilizare, marca, nombre comercial, expresión, señal de propaganda o cualquier otro distintivo comercial, infringiendo los derechos aparados por la Propiedad Industrial registrada conforme a la ley, será sancionado con prisión de uno a tres años.

En la misma sanción incurrirá quien, a sabiendas poseyere para su comercialización o pusiere en el comercio, productos o servicios con distintivos comerciales que, conforme al inciso anterior, constituyere una infracción de los derechos exclusivos del titular de los mismos. ""

En el Art. 229 C.Pn., se tipifican, en relación con la marca, nombre comercial, expresión, señal de propaganda o cualquier otro distintivo comercial, dos modalidades de conductas: la primera hace referencia al que <<reproducere, imitare, modificare o de cualquier modo utilizare >>. La segunda al que <<poseyere para su comercialización o pusiere en el comercio, productos o servicios con distintivos comerciales que constituyere una infracción de los derechos exclusivos del titular de los mismos >>. En ambos casos se castiga cualquier manera de reproducción, imitación o modificación ilegítima de los objetos amparados en estos derechos. Con la doble adecuación de la conducta típica se pretende cubrir todo el ciclo de la defraudación de la propiedad industrial sobre marcas y nombre comercial, tanto en la usurpación del derecho del inventor, como de la explotación ilegal.

El análisis jurídico del tipo penal se desprende de la valoración tanto objetiva como subjetiva de los elementos del tipo, qué, para el caso sub-judice, se establece a partir del verbo rector "comercializar", siendo el comercio de un producto con distintivo comercial infringiendo los derechos amparados por la propiedad industrial registrada conforme a la ley.

El bien jurídico protegido es una parte de la propiedad industrial, la cual puede definirse como el derecho que adquiere por sí mismo el inventor o descubridor con la creación o descubrimiento de cualquier invento relacionado con la industria, y el productor, fabricante o comerciante con la creación de signos especiales con los que aspira a distinguir los resultados de su trabajo.

El sujeto activo se encuentra indiferenciado con la expresión normativa "el que", con lo que se establece que dicha calidad puede ser atribuible a cualquier persona que realice la conducta típica descrita. **El sujeto pasivo**, únicamente puede ser aquella persona natural o jurídica que se vea afectada por la violación de su derecho de propiedad industrial debidamente registrado.

La conducta típica en el caso en concreto se determina por la comercialización y posesión para la misma, por persona no facultada legalmente, de productos que por sus características especiales son susceptibles de distinguir por ser mercancías producidas y elaboradas por una determinada empresa fabril o industrial.

El presupuesto principal de la comisión del ilícito se determina al establecer la existencia de un distintivo comercial debidamente registrado, del cual su titular ha negado la licencia de su uso y derecho al disfrute al sujeto activo del ilícito.

El tipo subjetivo se determina al establecer que el sujeto activo realizaba la conducta típica con pleno conocimiento y voluntad de que los productos que poseía y comercializaba eran de explotación exclusiva de su titular, por no poseer la respectiva licencia para su uso.



IV.- ANALISIS DE LA PRUEBA INCORPORADA EN LA VISTA PUBLICA Y HECHOS ACREDITADOS.

Durante el desarrollo de la presente vista publica, desfilo prueba, pericial y documental y al respecto de la misma se hacen las siguientes consideraciones:

El hecho acusado es de aquellos que de conformidad a lo establecido en el art. 26 del C. Pr.Pn. son de previa instancia particular, y siendo que dicho punto ha sido debatido en juicio, este Tribunal tiene por establecido que el acta de Autorización para el ejercicio de la Acción Penal por parte de el Ministerio Fiscal, otorgada por la Licenciada Vanessa Beatriz Nuñez Baños, de fecha veinticuatro de Enero de Dos Mil Uno, ha facultado al Ministerio Fiscal para el ejercicio de la correspondiente acción y que la personería con la que actuó la Licenciada Nuñez Baños, fue suficiente para conceder dicha autorización, por llenar el poder con el que actuó los requisitos de ley, dicha Autorización además es pertinente por ejercer la representante de la Compañía afectada los derechos que a misma le asisten consagrados en los Convenios de París para la Protección de la Propiedad Industrial y Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial, los cuales constituyen leyes de la República.

El hecho acusado, que constituye el delito de Violación de Distintivos Comerciales, requiere obviamente que exista alguien que ejerza la titularidad sobre una marca o distintivo comercial, y en el presente caso sobre dicho punto se ha establecido que la propiedad de la Marca Industrial o de Fábrica, consistente en los números 555 encerados en un Ovalo, ha sido debidamente acreditada con la Certificación Notarial del Certificado de Registro de la misma, en el cual consta que dicha Marca Industrial es propiedad de SANKEI INDUSTRY CO. , LTD, compañía de nacionalidad japonesa, marca que distingue repuestos para los sistemas de suspensión de vehículos, tales como: terminales externas, bases de cremallera, montajes de barra lateral, esferas, varillas centrales, equipos de eje brazo interno, tercer brazo de dirección, brazo de pitman, ejes de dirección, montajes de tijera inferior, barras cruzadas y varillas de arrastre, dicha certificación expedida el ocho de junio de dos mil; del mismo modo se ha establecido la propiedad de dicha Marca de Fábrica en las Repúblicas de Honduras y Japón, las cuales pertenecen a la Compañía japonesa SANKEI INDUSTRY CO., LTD. Por lo que este Tribunal no tiene duda sobre la propiedad que dicha Compañía tiene sobre dicha marca.

El Ministerio fiscal en el ejercicio de la acción penal y en base a diligencias que el mismo realizo, decidió llevar a cabo un Registro con prevención de allanamiento en las Instalaciones de el Almacén de Repuestos Monterrey, ubicado en calle Ruben Darío, número Mil Ciento Treinta y Seis de esta ciudad, el cual se realizo el día veintiuno de marzo de dos mil uno, habiéndose secuestrado en el mismo quince cajas de cartón conteniendo en su interior setecientos diecisiete cajas de cartón con esferas, pitman, terminales de dirección, brazos de dirección, barras de cremalleras, tercer brazo, brazo pitman, brazo de cremallera, y barras de dirección, así como veintitrés cajas vacías, secuestro que se realizo, en base a determinar los peritos que les acompañaban en dicho registro que dicho producto no era original, todo lo cual consta en la respectiva Acta de Allanamiento incorporada al juicio.

El secuestro anteriormente señalado en cumplimiento a lo ordenado en el art. 180 Pr.Pn. fue ratificado en tiempo y forma, tal y como consta en el auto emitido por el señor juez Décimo Tercero de Paz de esta ciudad, a las once horas y veinte minutos del día veintidós de Marzo de Dos Mil Uno, auto debidamente incorporado al juicio, de ahí la legalidad del secuestro efectuado por el Ministerio Fiscal.

Sobre el producto secuestrado, es decir, los repuestos y las cajas de cartón, se practico prueba pericial, realizada ésta por el Licenciado en diseño gráfico señor José Mauricio Ponce Martínez, quien logró establecer que las cajas de los productos Three Five (555) encontradas al momento de hacerse el Allanamiento en el Almacén de Repuestos Monterrey, no poseen características de originalidad, si bien es cierto poseen similitudes, estas no corresponden a las características del original: diseño de logotipo, técnicas de impresión, materiales de impresión, (en el caso del material sensible al tacto y de la bolsa plástica), el diseño del logotipo de la marca 555 que aparece en las cajas de los productos Three Five (555) encontradas en el establecimiento " Almacenes de Repuestos Monterrey " imita con deficiencias de dibujo al logotipo de la marca Three Five (555), las cajas de los productos Three Five (555) encontradas



en el establecimiento " Almacén de Repuestos Monterrey " no han sido impresas con los parámetros de calidad de las originales, la bolsa del producto interna de las cajas de los productos Three Five (555) encontradas en el establecimiento " Almacenes Monterrey " no han sido elaboradas con los estándares de calidad de las originales; del mismo modo la pericia realizada por el Ingeniero Automotriz Ricardo Antonio Barraza Sandoval, logro establecer que las piezas encontradas en el allanamiento que se realizó en " Almacén de Repuestos Monterrey " no ofrecían ninguna garantía en rendimiento por lo que su duración es mucho menor a la vida útil de las piezas originales; las anteriores pericias fueron llevadas a cabo por peritos debidamente acreditados en sede judicial, por lo que a este Tribunal merecen entera fe las conclusiones a las que los mismos llegaron y de ellas se tiene debidamente acreditada la falsedad de los repuestos encontrados en el " Almacén de Repuestos Monterrey " así como la falsedad de las cajas que contenían dichos repuestos y en las cuales se encontraba impresas el logotipo de la marca 555.

La Compañía SANKEY INDUSTRY CO. LTD, por medio de publicaciones hechas en el Diario de Hoy, de fecha seis de Julio de Dos Mil y en la Prensa Gráfica del día diez de Julio de Dos Mil, hizo saber al público y en especial a todos los comerciantes, sobre la falsificación que se estaba realizando en el país de productos consistentes en repuestos para automóviles, amparados en su conocida marca " 555 r " y que los mismos eran de fabricación Taiwanesa y que sus originales eran de fabricación Japonesa, advirtiendo que se ejercerían las acciones correspondientes en contra de los importadores y detallistas que estuvieren comercializando los mismos; omitirá este tribunal dar valor probatorio a las dos hojas volantes leídas en juicio ya que se desconoce si las mismas efectivamente llegaron a la población o no, lo cual daría un parámetro al Tribunal para establecer, si las mismas sirven para los efectos de ley ofrecidas en juicio.

El hecho típico acusado requiere que una persona, natural o jurídica, sin el consentimiento del titular, " a sabiendas posea " para su comercialización o pusiere en el comercio, productos con distintivos comerciales, que sean derechos exclusivos de determinada persona; en el presente caso se han determinado los siguientes parámetros:

Se ha establecido que el propietario de la marca de Fábrica " 555 " encerrada en un " Ovalo " , es la Compañía Japonesa SANKEY INDUSTRY CO. LTD.

Que en el local de " Almacenes Monterrey " se encontró productos consistentes en repuestos para suspensión de vehículos automotores, así como material de cartón que servía como cajas de los mismos, presentaban como marca, la que es propiedad de la Compañía " SANKEY INDUSTRY CO. LTD. ", es decir , " 555 " y que dichos productos al sometidos a pericias técnicas, resultaron ser falsos.

Que por haberse encontrado dichos productos, en los estantes de ventas dentro de dicho Almacén, no hay duda a éste tribunal que los mismos estaban siendo comercializados.

No se ha establecido que el acusado en juicio no posea autorización para la comercialización de los productos con la marca " 555 " propiedad de SANKEY INDUSTRY CO., LTD, pero de acuerdo a la denunciante y a las representantes de la víctima que comparecieron en juicio, Licenciadas Silvia Lorena Hernández y Meliza Valdivieso Mora, el acusado no es persona autorizada para la comercialización de dicha marca, además ni el acusado ni su defensor, han demostrado tal circunstancia, con lo cual obviamente se hubiese puesto fin a la responsabilidad penal que el acusado ha enfrentado por el delito en comento.

El Tribunal tiene claro, que la comercialización de los productos encontrados en " Almacenes Monterrey " constituye una violación a los derechos que la Compañía SANKEY INDUSTRY CO., LTD, tiene como propietaria de la marca para repuestos de la suspensión de vehículos " 555 ", de acuerdo a lo establecido en los Convenios de París para la Protección de la Propiedad Industrial y Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial y a la Constitución de la República y leyes secundarias y que dicha Compañía actuó noblemente al prevenir, incluso a los mismos comerciantes de la falsificación que estaban siendo objeto sus productos por parte de otros países.



Este Tribunal, no obstante, encontrarse frente a la existencia de un delito, como lo es el de Violación de Distintivos Comerciales, no puede tener por acreditados más hechos de los probados en juicio, de ese modo, que en el presente caso se ha establecido que el acusado en juicio señor GUILLERMO CANAHUATI, es socio mayoritario, administrador y representante de la Sociedad " CANAHUATI Y COMPAÑÍA " ello conforme a la Modificación de la Constitución de dicha Compañía, otorgada el veinticinco de octubre de mil novecientos ochenta y tres, desconociendo este Tribunal si ha la fecha lo continúa siendo o no, es de aclarar que la Certificación Notarial de dicha escritura, no es la escritura de constitución de la Sociedad " CANAHUATI Y COMPAÑÍA " , desconociéndose el plazo de duración de los administradores de dicha Compañía, pero más allá de todo ello este tribunal no cuenta con los medios de prueba idónea para enlazar, establecer o concluir, cual es la clase de relación que une al señor GUILLERMO CANAHUATI, con el lugar allanado donde fueron encontrados los productos con la marca 555 propiedad de SANKEY INDUSTRY CO., LTD, es decir, " Almacén de Repuestos Monterrey " , ya que el único elemento que nos da algún parámetro para establecer que existe " alguna relación entre Almacén de Repuestos Monterrey y CANAHUATI Y COMPAÑÍA, es el original de la factura número 76757 de fecha 24 de Noviembre de 2000, expedida por Almacén de Repuestos Monterrey, y en la cual en la parte inferior izquierda en letra sumamente pequeña y encerrada en un rectángulo puede leerse " Por medio de la presente hago constar que debo y pagare a fin del presente mes, a CANAHUATI Y CIA. , el valor de esta factura. "; ello a juicio de este Tribunal no determina en modo alguno que clase de relación existe entre el Almacén de Repuestos Monterrey y la Compañía aludida, desconociendo si dicho almacén, es propiedad del acusado, sucursal de la Compañía que éste representa, deudor de la Compañía Canahuati, Empresa o Sociedad Independiente de la misma, accionista de la Compañía Canahuati ó que dicho almacén esta intervenido por la Compañía Canahuati, en fin cual es la relación entre este y aquella, en definitiva , cual es la relación entre el Almacén allanado y el acusado GUILLERMO CANAHUATI, de ahí que este Tribunal se vea imposibilitado de responsabilizar penalmente al acusado en juicio GUILLERMO CANAHUATI por el delito acusado, y que el suscrito no llegue a tener el grado intelectual de la certeza de la responsabilidad penal del acusado, sino se quede en el grado de la duda y en consecuencia sea procedente absolverle de la acusación fiscal y de toda responsabilidad al momento de fallar.

Lamenta este Tribunal el menoscabo sufrido en el prestigio de SANKEY INDUSTRY CO., LTD., por la falsificación de sus productos a manos de productores extranjeros y por la comercialización de éstos en nuestro país, debe entender el Tribunal a pesar de no haber prueba de ello, que también a existido un perjuicio patrimonial de dicha Compañía, no obstante ello no implica la determinación posterior de otros responsables en el presente hecho.

HECHOS ACREDITADOS.

"""" Que el día veintiuno de marzo de dos mil uno, el Ministerio Fiscal en compañía de peritos particulares y agentes de la División de Finanzas de la policía nacional civil, registraron el Almacén de Repuestos Monterrey, ubicado en Calle Ruben Darío, número mil ciento treinta y seis de esta ciudad, y en dicho registro se encontraron repuestos para la suspensión de vehículos consistentes los mismos en : esferas, pitman, terminales de dirección, brazos de dirección, barras de cremalleras, tercer brazo, brazo pitman, brazo de cremallera, y barras de dirección, así como cajas de cartón con la marca de fábrica 555, que a dichos objetos se les practico pericia en el lugar del registro y se determino que los mismos eran falsos, por lo que se procedió a su secuestro """".

VI.- RESPONSABILIDAD CIVIL Y COSTAS PROCESALES:

En cuanto a la Responsabilidad Civil, los Arts. 42, 43 y 361 Inciso 3° C.Pr.Pn. facultan al Suscrito para que al momento de dictar sentencia definitiva, se pronuncie sobre el monto de la responsabilidad civil, la persona que ha de satisfacerla y quien ha de recibirla; considerando el Suscrito que la Representación Fiscal no obstante que en su requerimiento y en la acusación solicitó el pronunciamiento en relación a la Responsabilidad Civil, considera este Tribunal que en el desarrollo de la misma no se presento prueba alguna con la cual establecer el perjuicio económico sufrido por la víctima, ni hubo un pronunciamiento en dicho sentido por parte del ministerio fiscal, por lo que considera razón suficiente para absolver al acusado



en concepto de Responsabilidad Civil, lo que así se hará en la parte resolutive de esta Sentencia Definitiva.

En lo referente a las Costas Procesales estas deberán correr por cuenta del Estado, en virtud de que la acusación estuvo representada en todo momento por el Ministerio Público de la Fiscalía General de la República, razón por la cual este Tribunal es del Criterio de absolver al encartado.

POR TANTO: Con base en las razones antes expuestas, disposiciones legales citadas y Arts. 11, 12, 15, 27, 74, 172, y 181 Cn.; 14.1, 14.2, 14.3 literales d), e) y g), del Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos, 1, 5, 7, 8, 9 Y 10 de la Convención Americana Sobre Derechos Humanos; 1, 2, 3, 4, 5, 6, Y 229, todos C.Pn.; 1, 2, 3, 4, 5, 19 Numeral 1, 42, 43, 53 Inciso 1 Numerales 7 y 12 e Inciso 3 Literal a), 130, 162, 338, 354, 356, 357, 358, y 360, todos C.Pr.Pn. **EN NOMBRE DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR, FALLO:**

A.- ABSUÉLVASE al Imputado **GUILLERMO CANAHUATI**, de las generales mencionadas en el preámbulo de esta sentencia, de toda responsabilidad penal por el Delito Calificado Definitivamente como **VIOLACIÓN DE DISTINTIVOS COMERCIALES**, tipificado y sancionado en el Art. 229 C.Pn., en perjuicio de **SANKEY INDUSTRY CO. LTD**; hecho sucedido en el Almacén de Repuestos Monterrey, ubicado sobre la Calle Rubén Darío, número mil ciento treinta y seis, de esta ciudad.

B.- ABSUELVASE al Imputado **GUILLERMO CAHANUATI**, de las generales mencionadas en el preámbulo de esta sentencia, **DEL PAGO DE RESPONSABILIDAD CIVIL Y COSTAS PROCESALES** ocasionadas en esta Instancia, por el Delito Calificado Definitivamente como **VIOLACIÓN DE DISTINTIVOS COMERCIALES**, tipificado y sancionado en el Art. 229 C.Pn., en perjuicio de **SANKEY INDUSTRY CO. LTD**.

C.- CESE la Medida Cautelar Sustitutiva a la Detención Provisional impuesta al Imputado **GUILLERMO CAHANUTI**, por el Señor Juez Quinto de Instrucción de esta Ciudad y para ello líbrese el oficio correspondiente.

En cuanto a los objetos que le fueron secuestrados al imputados consistentes en quince cajas de cartón conteniendo en su interior setecientas diecisiete cajas de repuestos para automóviles consistentes en esferas, pitman, terminales de dirección brazos de dirección, barras de cremallera, tercer brazo, brazos pitman, brazo de cremalleras y barra de dirección, y veintitrés cajas pequeñas de repuestos para vehículos vacías, decretase comiso sobre los mismos, conforme el Art. 126 y 27 C.Pn.

Déjase expedito el derecho a las partes de poder recurrir de la presente sentencia, caso contrario no se recurriere de esta Providencia, en su oportunidad Archívese las presentes actuaciones.

NOTIFÍQUESE.



ANEXO V

UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
FACULTAD MULTIDISCIPLINARIA ORIENTAL
DEPARTAMENTO DE CIENCIAS JURÍDICAS



ENCUESTA REALIZADA A JUECES DE SENTENCIA, DEFENSORES, FISCALES Y POLICIA

CARGO: JUEZ FISCAL DEFENSOR POLICIA

TEMA: LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LO RELATIVO A LA VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES EN LA LEGISLACION PENAL SALVADOREÑA.

OBJETIVO: Obtener información acerca de la protección penal de los Distintivos Comerciales como forma de garantizar los Derechos Exclusivos del Titular de la Propiedad Industrial.

INDICACION: Marque con una X la alternativa que considere apropiada a cada interrogante, cuando sea necesario explique su respuesta.

1. Diga usted si en el Titulo IX Orden Socioeconómico del Código Penal se regula un Capitulo referido a los Delitos contra la Propiedad Industrial y entre ellos el de Violación de Distintivos Comerciales?. SI _____ NO _____ EN PARTE _____
2. Conoce que es la Propiedad Intelectual y la Propiedad Industrial?. SI _____ NO _____ EN PARTE _____
3. Tiene conocimiento que en Junio de 2002 entro en vigencia la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos como forma directa de brindar protección especial a los Distintivos Comerciales?. SI _____ NO _____ EN PARTE _____
4. Sabe usted que es una marca, nombre comercial, expresión o señal de propaganda, lema, emblema, etc.? SI _____ NO _____ EN PARTE _____
5. Considera que la protección penal de los Distintivos Comerciales proporciona Seguridad Jurídica a Inversionistas Nacionales y Extranjeros salvaguardando sus ganancias, manteniendo su fama comercial y la preferencia en el mercado de sus marcas? SI _____ NO _____ EN PARTE _____
EXPLIQUE _____
6. Desde su punto de vista se lesiona el Principio de Legalidad al hacer uso de Normas Penales en Blanco para configurar el tipo penal Violación de Distintivos Comerciales? SI _____ NO _____ EN PARTE _____
POR QUE _____



7. Para que los Distintivos Comerciales sean protegidos y perseguidos mediante la Ley Penal éstos deben estar inscritos en la sección de la Propiedad Intelectual, Adscrita al Registro de Comercio y ser denunciados por instancia particular? SI _____ NO _____ EN PARTE _____

8. Conoce usted cuales son los Instrumentos Internacionales vigentes en El Salvador que protegen los Distintivos Comerciales?.
SI _____ NO _____ EN PARTE _____
MENCIONE _____

9. Los Jueces, Fiscales, Procuradores y Policías participan constantemente en capacitaciones sobre el conocimiento de los derechos amparados por la Propiedad Industrial en la violación de Distintivos Comerciales?.
SI _____ NO _____ EN PARTE _____

10. Para cometer el delito Violación de Distintivos Comerciales el Sujeto Activo debe realizar sin el consentimiento del titular cualquiera de las conductas de reproducir, imitar, modificar, utilizar, poseer o poner en el comercio con fin industrial o comercial un Distintivo?
SI _____ NO _____ EN PARTE _____

11. Sabe usted cual es el Bien Jurídico protegido en el ilícito Violación de Distintivos Comerciales? SI _____ NO _____ EN PARTE _____

12. La Violación de Distintivos Comerciales infringen los Derechos del Consumidor al adquirir productos de baja calidad, sin garantía y de poca duración?.
SI _____ NO _____ EN PARTE _____

13. Considera usted que el delito Violación de Distintivos Comerciales se comete con frecuencia en el Departamento de San Miguel?
SI _____ NO _____ EN PARTE _____

14. Según su criterio la protección penal de los Distintivos Comerciales, es una realidad que responde al creciente desarrollo tecnológico y de apertura comercial en el mundo contemporáneo? SI _____ NO _____ EN PARTE _____

15. Sabe usted si en el Tratado de Libre Comercio que en la actualidad se discute entre Centro América y EE. UU, se ha incluido el tema de la protección legal de la Propiedad Industrial que El Salvador debe dar a las transnacionales que deseen invertir en el país?
SI _____ NO _____ EN PARTE _____



ANEXO VI

Asamblea aprueba Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos

Amadeo Cabrera
economia@laprensa.com.sv

La Asamblea Legislativa aprobó anoche la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos con la que se regula la propiedad intelectual y se castiga la piratería.

El Congreso aprobó, con 56 votos, el dictamen favorable para con la normativa emitido por la comisión de Legislación.

La normativa regulará aquellas materias de la propiedad industrial legisladas en el ámbito centroamericano.

El FMLN se abstuvo de votar a favor o en contra de la legislación, pues considera que no se protege al sector informal de la economía.

El legislador efemelenista Walter Durán denunció que "con la ley se pretende perseguir al comerciante en pequeño".

El arenero Gerardo Suvillaga rechazó el planteamiento farabundista, y dijo que "la ley busca proteger la creatividad y las marcas".

El pedecista Mauricio Hernández también criticó la postura efemelenista.

"No es cierto que se persigue, lo que se está haciendo es dar seguridad jurídica", explicó.

Por su parte, el ministro de Economía, Miguel Lacayo, se mostró satisfecho con la aprobación de la normativa.

"Esta ley nos permite tener dientes para evitar el mal uso y el abuso de las marcas", dijo Lacayo.

www.laprensagrafica.com.sv.



ANEXO VII

Emblemas, marcas y signos distintivos

Buscan regular marcas comerciales

La eventual legislación sustituiría al Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial

El Diario de Hoy

El ministro de Economía, Miguel Lacayo, entregó ayer al congreso un Anteproyecto de Ley de Marcas y otros Signos distintivos" con el que se busca proteger las insignias comerciales de las compañías.

El documento fue entregado por el funcionario a los miembros de la Junta Directiva de la Asamblea Legislativa, que encabeza el diputado de ARENA, Walter Araujo.

Lacayo detalló que el Anteproyecto de Ley de Marcas y otros Signos Distintivos pretende regular lo concerniente a la adquisición, mantenimiento y protección de marcas, expresiones o señales de publicidad comercial, nombres comerciales, emblemas, indicaciones geográficas, así como la represión de la competencia desleal.

Explicó que la eventual legislación sustituiría al Convenio Centroamericano para la Protección de la Propiedad Industrial y aseguraría el cumplimiento de El Salvador de compromisos adquiridos ante la Organización Mundial del Comercio (OMC).

El documento fue elaborado con base en opiniones del sector privado del país y la colaboración de la Asociación Salvadoreña de la Propiedad Intelectual (ASPI), afirmó Lacayo.

Otros...Además, contiene el procedimiento de registro para las indicaciones geográficas y denominaciones de origen, que no existía en el convenio centroamericano, precisó el funcionario.

Lacayo indicó que la eventual legislación, que será estudiada por la Asamblea Legislativa, establece acciones y sanciones por infracciones de los derechos sobre signos distintivos, y fortalece las medidas preventivas en las fronteras del país.

"El anteproyecto se basó en las disposiciones del protocolo al Convenio Centroamericano para la protección de la propiedad industrial, que nunca entró en vigencia por no haber sido ratificado por los Estados", dijo el funcionario.

Aseguró que el anteproyecto de ley es similar al aprobado por otras naciones centroamericanas para proteger la propiedad industrial.

Lacayo detalló que en la unión aduanera que desarrolla El Salvador con Guatemala, Honduras y Nicaragua existe un Grupo Técnico de Propiedad Intelectual que busca establecer un régimen común en materia de propiedad intelectual entre las naciones integrantes de la alianza.

Según el funcionario, el Grupo Técnico de Propiedad Intelectual actúa con base en los estándares de protección a la propiedad intelectual reconocidos internacionalmente.

www.eldiariodehoy.com.sv



ANEXO 8

CLASIFICACION INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS PARA EL REGISTRO DE LAS MARCAS (Clasificación de Niza)

**Arreglo de Niza Relativo a la Clasificación Internacional de
Productos y Servicios para el Registro de las Marcas revisado
en Estocolmo el 14 de julio de 1967 y en Ginebra el 13 de
mayo de 1977 Y modificado el 28 de septiembre de 1979**

INFORMACION GENERAL

Que es la Clasificación de Niza?

La Clasificación de Niza es una clasificación de los productos y servicios para el registro de las marcas de fábrica o de comercio y las marcas de servicios.

El origen de la Clasificación de Niza

La Clasificación de Niza se basa en un tratado multilateral administrado por la OMPI, que se denomina el Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, concertado en 1957. Esta Clasificación se conoce comúnmente como la Clasificación de Niza. El Arreglo de Niza esta abierto a los Estados parte en el Convenio de Paris para la Protección de la Propiedad Industrial.

Utilización de la Clasificación de Niza

La utilización de la Clasificación de Niza por las oficinas nacionales permite la presentación de solicitudes haciendo referencia a un solo sistema de clasificación. Con ello, la preparación de solicitudes se simplifica considerablemente, ya que los productos y servicios a los que se aplica una marca dada estarán clasificados de la misma manera en

Todos los países que la hayan adoptado. Además, el hecho de que la Clasificación de Niza exista en varias idiomas ahorra a los solicitantes una cantidad considerable de trabajo en el momento en que deben presentar una lista de productos y servicios en un idioma diferente al del país de origen de la marca.



Al 15 de julio de 2000, eran parte en el Arreglo de Niza 61 Estados. Estos han adoptado y aplican la Clasificación de Niza para el registro de las marcas. Además, también utilizan la Clasificación de Niza las oficinas de marcas de mas de 90 países, tres organizaciones y la Oficina Internacional de la OMPI.

Estructura de la Clasificación de Niza

La Clasificación de Niza esta compuesta de una lista de clases, acompañada de notas explicativas y de una lista alfabética de productos y otra de servicios, indicando la clase a la que pertenece cada uno de los productos o servicios. El *encabezamiento de clase* describe en términos muy generales la naturaleza de los productos o servicios contenidos en cada una de las 34 clases de productos y ocho clases de servicios. Van acompañadas, cuando conviene, de *notas explicativas* que describen en mayor detalle el tipo de producto o servicio incluido en la clase correspondiente. La *lista alfabética* es una lista de los productos y servicios en orden alfabético. Contiene alrededor de 10.000 partidas relativas productos y 1.000 partidas relativas a servicios.

Actualización

Para poder mantener la Clasificación de Niza al día, se revisa continuamente y cada cinco años se publican nuevas ediciones. La actual (séptima) edición esta en vigor desde el 1 de enero de 1997. La revisión esta a cargo de un Comité de Expertos convocado en el marco del Arreglo de Niza. Todos los Estados parte en el Arreglo son miembros del Comité *de* Expertos.

PRODUCTOS

CLASE 1 productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria.

CLASE 2 Colores, barnices, lacas; preservativos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas.

CLASE 3 Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentífricos.



CLASE 4 Aceites y grasas industriales; lubricantes; productos para absorber, regar y concentrar el polvo; combustibles (incluyendo gasolinas para motores) y materias de alumbrado; bujías y mechas para el alumbrado

CLASE 5 Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso medico, alimentos para bebes; emplastos, material para apositos; material para empastar los dientes y para improntas dentales; desinfectantes; productos para la destrucción de animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

CLASE 6 Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; cerrajería y ferretería metálica; tubos metálicos; cajas de caudales; productos metálicos no comprendidos en otras clases; minerales.

CLASE 7 Maquinas y maquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamiento y órganos de transmisión (excepto aquellos para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean manuales; incubadoras de huevos

CLASE 8 Herramientas e instrumentos de mano impulsados manualmente; cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas, maquinillas de afeitar.

CLASE 9 Aparatos o instrumentos científicos, náuticos, (geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección), de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos para la conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, maquinas calculadoras, equipos para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores.

CLASE 10 Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios, miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos, material de sutura.

CLASE 11 Aparatos de alumbrado, de calefacción, de producción de vapor, de coacción, de refrigeración, de secado, de ventilación, de distribución de agua e instalaciones sanitarias.

CLASE 12 Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, Nerea o acuática.

CLASE 13 Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos de artificio.



- CLASE 14 Metales preciosos y sus aleaciones y artículos de estas materias o de chapado no comprendido en otras clases; joyería, bisutería, piedras preciosas, relojería e instrumentos cronométricos.
- CLASE 15 instrumentos de música.
- CLASE 16 papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; papelería; adhesivos (pegamentos) para la papelería o la casa; material para artistas; pinceles; maquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o de enseñanza (excepto aparatos); materias plásticas para embalaje (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés.
- CLASE 17 Caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos en materias plásticas semielaboradas; materias que sirven para calafatear, cerrar con estopa y aislar; tubos flexibles no metálicos.
- CLASE 18 Cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas, sombrillas, y bastones; fustas y guarnicionaría.
- CLASE 19 Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.
- CLASE 20 Muebles, espejos, marcos; productos, no comprendidos en otras clases de madera, corcho, cana, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas.
- CLASE 21 Utensilios y recipientes para el menaje y la cocina (que no sean de metales preciosos ni chapados); peines y esponjas; cepillos (con excepción de los pinceles); materiales para la fabricación de cepillos; material de limpieza; viruta de hierro; vidrio en bruto o semielaborado (con excepción del vidrio de construcción); cristalería, porcelana y loza, no comprendidas en otras clases.
- CLASE 22 Cuerdas, bramantes, redes, tiendas de campaña, toldos, velas, sacos (no comprendidos en otras clases); materias de relleno (con excepción del caucho o materiales plásticas); materias textiles fibrosas en bruto.



CLASE 23 Milos para uso textil.

CLASE 24 Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama y de mesa.

CLASE 25 Vestidos, calzados, sombrerería.

CLASE 26 Puntillas y bordados, cintas y lazos; botones, corchetes y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales.

CLASE 27 Alfombras, felpudos, esteras, linoleum y otros revestimientos de suelos; tapicerías murales que no sean de materias textiles.

CLASE 28 Juegos, juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; decoraciones para árboles de Navidad.

CLASE 29 Carne, pescado, aves y caza; extractos de carne; frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas, jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

CLASE 30 Café, te, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagu, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

CLASE 31 Productos agrícolas, hortícola, forestales y granos, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y legumbres frescas, semillas. Plantas y flores naturales, alimentos para los animales, malta.

CLASE 32 cervezas, aguas minerales, y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y sumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.

CLASE 33 Bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas).

CLASE 34 Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.

SERVICIOS

CLASE 35 Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

CLASE 36 Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios.

CLASE 37 Construcción; reparación; servicios de instalación.

CLASE 38 Telecomunicaciones.



CLASE 39 Transporte; embalaje y almacenaje di: mercancías; organización de viajes.

CLASE 40 Tratamiento de materiales.

CLASE 41 Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales.

CLASE 42 Servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativas a ellos; servicios de análisis y de investigación industrial; diseño y desarrollo de ordenadores y software; servicios
Jurídicos.

CLASE 43 Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

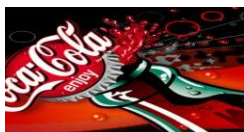
CLASE 44 Servicios médicos; servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.

CLASE 45 Servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales; servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas.



ANEXO VII
MARCAS COMERCIALES





MARCAS DE SERVICIO



CAV
service part



Diesel Kiki Co.,Ltd
ZEXEL



ROTO-MASTER

Schwitzer
Group





NOMBRES COMERCIALES

- **Autotronica.** Palabra que servirá para distinguir un establecimiento comercial dedicado a la reparación y modificación de vehículos automotores.
- **PRO –MEDICE.** Expresión con letras de molde mayúsculas y color negro que servirá para distinguir una empresa dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de productos e insumos médicos, farmacéuticos e higiénicos incluyéndose en ellos productos cuya materia prima es algodón.
- **Super Paletas Piccolina.** Sirve para distinguir un establecimiento comercial, cuya actividad comercial es la fabricación y venta de helados y paletas.
- **JOSE N.BATARSE S.A DE C.V**
- **SUPER SELECTOS**
- **PASTELERIA LORENA**
- **LA DESPENSA DE DON JUAN**
- **OMNISPORT**
- **COMERCIAL RENE etc.**





EXPRESIONES O SEÑALES DE PUBLICIDAD COMERCIAL

- **CONSINTIENDO SU BUEN GUSTO.** Letras en mayúscula color negro que servirá para la promoción y publicidad de establecimientos comerciales que se dedican a la gastronomía,
- **LA PRIMAVERA PUEDE ROMPERSE CON UN DESCUIDO.** Expresión que servirá para llamar la atención del público consumidor sobre productos medicinales para consumo humano.
- **SIEMPRE COCA COLA**
- **NADIE TE CONOCE TAN BIEN (Super Selectos)**
- **TAN GRANDE COMO TU SED DE VERANO (Pepsi Cola)**
- **GARANTIA, CALIDAD Y CONFIANZA (TOYOTA)**





DENOMINACIONES DE ORIGEN

Se encuentran situados los olivares de la **Denominación de Origen "Sierra de Segura"** dentro de la zona de Picual, variedad de la que derivan gran parte de las características de estos aceites.



TEQUILA DE MEXICO





EMBLEMAS





ANEXO X

DECRETO No.

LA ASAMBLEA LEGISLATIVA DE LA REPUBLICA DE EL SALVADOR

CONSIDERANDO:

- I. Que el vigente Código Penal fue aprobado por Decreto Legislativo No. 1030 de fecha veintiséis de abril de mil novecientos noventa y siete, sancionado por el presidente de la Republica el treinta de abril y publicado en el Diario Oficial No. 105 del tomo 335 del diez de junio, ambas fechas del año antes citado su vigencia comenzó el 20 de abril de 1998.
- II. Que el Código Penal vigente en su Art. 229 regula el ilícito Violación de Distintivos Comerciales como delito relativo a la Propiedad Industrial y bajo el Título Orden Socioeconomico.
- III. Que El Salvador fiel a sus compromisos ante al Organización Mundial del Comercio, Organización Mundial de Propiedad Industrial; debe garantizar que su legislación en materia de protección a Distintivos Comerciales contenga los estándares de protección que contempla el Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (ADPIC) y el Convenio de la Unión de Paris, firmados y ratificados el primero en 1996 y el segundo en 1994.



IV. Reformar el Art. 229 en el sentido de establecer en concreto los distintivos comerciales sujetos a protección y las conductas relevantes para tal infracción y así evitar cualquier ambigüedad.

POR TANTO,

En uso de sus facultades constitucionales y a iniciativa de la Comisión de Legislación y Puntos Constitucionales de la Asamblea Legislativa,

DECRETA la siguiente reforma:

REFORMA AL CODIGO PENAL

Art. 1.- Refórmase el Inciso 1° del Art. 229 así:

“VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES”

Art. 229: El que con fines industriales o comerciales y sin el consentimiento del titular, reprodujere, imitare, modificare o utilizare; marca, nombre comercial, expresión o señal de publicidad comercial, emblemas, denominaciones de origen e indicaciones de procedencia, infringiendo los derechos amparados por la propiedad industrial registrada conforme a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, será sancionado con prisión de uno a tres años.

En la misma sanción incurrirá quien a sabiendas, poseyere para su comercialización o pusiere en el comercio, productos o servicios con distintivos



UNIVERSIDAD DE EL SALVADOR
“LA PROPIEDAD INDUSTRIAL EN LO RELATIVO A LA VIOLACION DE DISTINTIVOS COMERCIALES”

comerciales que conforme al inciso anterior, constituyere una infracción de los derechos exclusivos del titular de los mismos.

Art. 2 .- El presente Decreto entrará en vigencia el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial.

DADO EN EL PALACIO LEGISLATIVO: San Salvador a los días del mes
de diciembre del año dos mil tres.