

# GUÍA DE ACTUACIÓN - LEY DE MARCAS Y DESIGNACIONES; Y RÉGIMEN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

## I. INTRODUCCIÓN

*Hoy en día, los activos más importantes de las empresas mejor valuadas en el mundo, se componen de bienes inmateriales tales como: un software, una base de datos, el posicionamiento de un nombre comercial o una marca en internet, etc.*

*Estos hechos reveladores exhortan a los operadores comerciales y jurídicos al replanteo de intentar compatibilizar un sistema tradicional con añadidos que puedan brindar tanto herramientas mercantiles, como reglas reguladoras que permitan el desarrollo de las conductas creativas y el consecuente resguardo de sus frutos en la nueva realidad.<sup>1</sup>*

Con sustento en estas afirmaciones, el presente documento pretende acercar a empleados, funcionarios y magistrados del Ministerio Público Fiscal, herramientas para la persecución de los delitos previstos por la Ley de Marcas y Designaciones (Ley 22.362) y en el Régimen Legal de la Propiedad Intelectual (Ley 11.723), pero a la vez algunas consideraciones en torno a la importancia e implicancia de estos delitos.

En el mismo sentido, se acompañan a este documento un anexo que contiene una reseña de jurisprudencia en la materia, y otro con datos de contacto de organismos públicos y privados a los que, eventualmente, en el transcurso de la investigación será necesario requerir información y/o asistencia.

## II. RESEÑA NORMATIVA

### 1. LEY N° 22.362 – DE MARCAS Y DESIGNACIONES

#### 1.1. Concepto y Función.

La Marca es un signo distintivo por el cual los diferentes productores, comerciantes o proveedores de productos o servicios, diferencian sus productos o servicios en el mercado. Esta función distintiva le permite al consumidor comprar lo que quiere. Al hacerlo está premiando el esfuerzo del dueño de la marca quien venderá más y así aumentará sus ganancias.

Otra de las funciones de la marca, secundaria, pero no por ello con menor importancia, es la de garantizar una determinada calidad. Quien vuelve a adquirir un producto o a solicitar la presentación de un servicio lo hace con el convencimiento de encontrar la misma o mejor calidad que el producto o servicio tenían cuando los adquirió con anterioridad.

#### 1. 2. Clases.

Las marcas pueden ser: a) Denominativas: son las compuestas única y exclusivamente por palabras, letras o números y sus combinaciones; b) Figurativas: son los símbolos gráficos, dibujos y logotipos; c) Mixtas: son las que se integran por la combinación de elementos denominativos y figurativos a la vez, o de elementos nominativos cuya grafía se presente de forma estilizada.

<sup>1</sup> EL DERECHO DE AUTOR EN EL NUEVO MILENIO, Jose Pablo Sala Mercado – Ed. Lerner.

### 1. 3. El Sistema de Registro

El registro de una marca le garantiza al titular la propiedad y el uso exclusivo de la misma. Lo habilita a ejercer todas las defensas necesarias para impedir que terceros, sin autorización, comercialicen productos idénticos con la misma marca o utilizando una denominación tan similar que pueda crear confusión. El registro también protege contra imitaciones parciales; ya sea de nombres, palabras, signos o frases publicitarias, como así también de sus dibujos y colores.

Nuestra ley ha adoptado el sistema atribuido para la adquisición del derecho exclusivo sobre la marca. Este sistema es el que “atribuye” el derecho a quien obtiene el registro de la marca<sup>2</sup>. El artículo 4º es claro al respecto al establecer que “la propiedad de una marca y la exclusividad de uso se obtiene con su registro”. Es así que todos los tipos penales establecidos por el artículo 31 de la ley requieren, como elemento normativo, “marca registrada”.

En el ámbito de la República Argentina, la inscripción/registración se realiza ante el Instituto Nacional de Propiedad Industrial.

### 2. Bien Jurídico Protegido.

Lo que la sanción de la norma intenta proteger resultan ser dos intereses distintos e independientes: la propiedad marcaria y el interés del público consumidor (siempre que exista entidad en el engaño).

La confusión en identificar ambos intereses en un mismo análisis radica en evaluar e identificar bajo los mismos criterios la existencia del fraude en la acción de la comercialización, cuestión que es independiente a la determinación del bien jurídico tutelado.

En tal sentido, debemos tener presente que la protección de los derechos de propiedad marcaria también *"cumplen una función de garantía al consumidor, como elemento que permite su individualización en el mercado y generador de una relación particular entre consumidor y productor, en base a la calidad que el mercado atribuye al producto de determinada marca. De lo contrario, se estaría vulnerando el derecho de propiedad industrial al dejar desprotegido al que cumplió con todos los requisitos que el Estado le exigió para otorgarle protección de la misma"*<sup>3</sup>.

### 3. Protección Penal de la Marca.

En primer lugar, se debe destacar que, según lo estipulan expresamente los arts. 32 y 33 de la presente ley, la acción penal es pública y corresponde a la Justicia Federal en lo Criminal y Correccional entender en tales causas.

#### 3. 1. Falsificación de una Marca (ar. 31 inc. a).

Es el supuesto por el cual se efectúa una reproducción exacta de la marca registrada. Por lo general la falsificación va acompañada de la copia, a veces perfecta, del producto que distingue la marca. Es el paso inicial en la cadena de comercialización y de estos delitos, que culminarán con la venta al público del producto que lleve esa marca falsificada<sup>4</sup>.

---

<sup>2</sup> Otamendi, Jorge, Derecho de Marcas, Buenos Aires, Abeledo Perrot, 2010, p. 5.

<sup>3</sup> CNCF, Sala IV, C. 15209; 13/11/2012 "Robles Estacio, Juan Antonio s/recurso de casación" (Dr. Borinsky —disidencia)

<sup>4</sup> Fernández Núñez, Javier, El grave problema de la comercialización de productos con marca falsificada, JA 2006-III-1200, Lexis N° 003/012778



La ley de marcas reprime penalmente acciones (no previstas específicamente en el Código Penal) que, de un modo general, crean el peligro del engaño acerca de la procedencia y pureza de los artículos que se adquieren confiando en la garantía que significa la marca puesta sobre los mismos (en sentido similar, G.S.J.H. Fallos 295:531). El objeto primordial es asegurar la exclusividad de uso de las registradas conforme sus prescripciones<sup>5</sup>.

### 3. 2. Imitación fraudulenta de una marca (art. 31 inc. a)

Esta situación se presenta cuando se copia una marca registrada de manera tal que provoca confusión en el público consumidor. Quien así imita tiene la intención de causar esa confusión.

Para nuestros tribunales deben darse tres requisitos para que exista imitación fraudulenta: la imitación propiamente dicha que se establece por cotejo, la posibilidad de confusión que resulta del parecido y la mala fe o intención dolosa.

A diferencia del falsificador, quien imita, se aparta del modelo en sus características singulares, no respeta cada elemento individualizador del objeto que lo inspira, al que, sin embargo, acata en su conjunto a efectos de lograr un impacto fraudulento sobre el consumidor, aprovechándose así del prestigio de la marca imitada. Por ello, cuando de imitación fraudulenta se trata, el análisis ha de estar a las coincidencias del todo, a la impresión que del objeto bajo estudio fluya, no examinándolas en abstracto sino respecto de su distribución en el conjunto analizado<sup>6</sup>.

### 3. 4. Uso de Marca Falsificada (art. 31 inc. b)

Tradicionalmente se ha considerado al supuesto más común de este tipo penal al acto de aplicación de marca al producto o al envase. Sin embargo, también se ha admitido que hay cantidad de otros posibles usos indebidos, en definitiva, todo empleo comercial que separa la falsificación de la marca de la puesta en venta del producto sobre el que ella está aplicada.

Todo uso que cree una confusión, o contribuya a causarla es un uso indebido. También lo es si quien lo efectúa a pesar de no causar confusión se beneficia de alguna forma del prestigio del que goza la marca registrada, y por último también lo será si dicho uso de alguna manera diluye el poder distintivo de la marca registrada<sup>7</sup>.

### 3. 5. Puesta a la venta y venta de una marca falsificada (art. 31 inc. c).

Este supuesto comprende la simple oferta de los elementos sobre los que se materializa la marca, como ser: etiquetas, envases, orillos, cintas, envoltorios, etcétera.

La utilización de la palabra “comercialización” da la pauta de la amplitud de la norma prohibitiva. Incluye todos aquellos actos mediante los cuales son entregados al comercio aquellos elementos. Existen quienes, incluso, incluyen dentro de este supuesto la entrega a título gratuito.

<sup>5</sup> Fallo: Cuenca textil s/ querella por inf ley de marcas' - CNC Y C Fed. - Sala II - 22/08/1989.

<sup>6</sup> Causa 8104, Sala II - Cámara Nacional Criminal y Correccional Federal, 29/05/1992, Voto del Dr. Cattani.

<sup>7</sup> Otamendi, Jorge, Ob. Cit., p. 275-276.

### 3. 6. Puesta a la venta y venta de productos con la marca falsificada (art. 31 inc. d)

Éste es el último paso de la cadena de comercialización y de los delitos marcarios, el ofrecimiento al público y la comercialización de productos o servicios con marcas falsificadas o fraudulentamente imitadas. Con la realización de este delito se causará un daño cierto al titular de la marca, puesto que es a partir de su concreción, cuando se hace la compra, que el titular de la marca habrá perdido una venta.

Como efecto secundario se presenta un posible daño al comprador que, víctima de un engaño, se quedara con un producto o un servicio que no deseaba.

## 2. LEY N° 11.723 - REGIMEN LEGAL DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

### 1. Inserción Constitucional

Nuestra legislación nacional como los tratados internacionales suscriptos por el Estado Argentino, no suelen dar una definición del concepto **“propiedad intelectual”** sino que, por el contrario, apelan a la denotación, enumerando los derechos que comprende aquel término. Éstos pueden clasificarse en dos grandes grupos: **“derechos de autor”** también identificados como “propiedad intelectual” como titula la ley que los regula, N° 11.723 (obras intelectuales, artísticas, etc.) y **“derechos de propiedad industrial”** (marcas, patentes de invención, etc.).

Como el resto de los derechos vinculados con la propiedad, posee rango constitucional, pero a diferencia del resto cuenta con una cláusula específica distintiva<sup>8</sup> mediante la cual se pretende el progreso de las ciencias y las artes, tal cual lo declara expresamente el párrafo octavo de la octava sección del artículo 1° de la Constitución de los Estados Unidos de América<sup>9</sup>, en la que se inspira el artículo 17 de nuestra Carta Magna<sup>10</sup>.

La búsqueda de aquellos fines a través de la protección de los derechos sobre las obras y las creaciones, se encuentra también en otras normas internacionales de rango constitucional por expresa referencia del artículo 75 inciso 22 de la Constitución Nacional (CN)<sup>11</sup>.

### 2. Conceptos Básicos de la Ley

#### 2. 1. La obra como objeto de protección

Resulta objeto de protección todas las obras intelectuales que constituyan creación personal y original del espíritu. En este sentido, el propio artículo 1° así lo expresa, pues luego de una ejemplificación de casos culmina afirmando “...en fin, toda producción científica, literaria, artística o didáctica sea cual fuere el procedimiento de reproducción”.

La protección de los derechos patrimoniales con respecto a las obras, tiene el alcance material determinado por el artículo 2° de la ley. En cuanto su alcance

<sup>8</sup> Art. 17 CN: “...Todo autor o inventor es propietario exclusivo de su obra, invento o descubrimiento, por el término que le acuerde la ley”

<sup>9</sup> “Para fomentar el progreso de la ciencia y las artes útiles, asegurando a los autores e inventores, por un tiempo limitado, el derecho exclusivo sobre sus respectivos escritos y descubrimientos”

<sup>10</sup> Cf. Emery, Miguel Á., Propiedad Intelectual. Ley 11.723, Buenos Aires, Astrea, 2da. Ed. 2019, p. 1-2

<sup>11</sup> Art. 15 del Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales, art. 13 de la Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre y art. 27 de la Declaración Universal de Derechos Humanos



temporal, el límite son 70 años a partir del 1° de enero del año siguiente a la muerte del autor. El resultado de la necesidad de buscar un compromiso entre el estímulo creador y la libertad de acceso a las obras confluyen en la limitación del plazo de protección (Emery, Miguel Á., Ob. Cit., p. 93), que el artículo 7°, párrafo 1°, del Convenio de Berna fija en cincuenta años *post mortem auctoris*, plazo que fue adoptado inicialmente en la Ley 11.723, y que fue ampliado al término actual por la Ley 24.8701 (B.O. 16/09/1997).

## 2. El momento de nacimiento del derecho sobre la obra

La jurisprudencia ha declarado que la autoría de una obra intelectual no nace con su inscripción en el registro respectivo. Tal derecho se fija en el autor por la fuerza misma de la creación de la obra y, por tanto, no se pierde por no haberse cumplido con dicho registro. El registro de la obra sólo constituye una presunción iuris tantum de su autoría (Emery, Miguel Ángel, Ob. Cit., p. 132).

## 3. TIPOS PENALES

### 3. 1. Aspecto objetivo

Del enunciado del art. 71 de la ley se desprende: “*Será reprimido con la pena establecida por el artículo 172 del Código Penal, el que de cualquier manera y en cualquier forma defraude los derechos de propiedad intelectual que reconoce la ley*”.

Sobre el texto en cuestión se deben hacer algunas observaciones. En primer término, que no se trata de una remisión al artículo 172 del C.P., sino en lo que a la pena de ese delito se refiere. Por lo demás, la conducta típica sería defraudar los derechos de propiedad intelectual reconocidos por la ley, el modo de concretar esa acción disvaliosa, puede ser cualquiera.

No puede dejar de advertirse que la amplia formulación de la ley, puede presentar dificultades a la hora de establecer qué acciones concretas son las prohibidas.

Por lo tanto, a la hora de tener que efectuar el juicio de subsunción, la aplicación deberá evaluarse con suma cautela, ya que ante una fórmula tan amplia utilizada por el legislador, se corre el riesgo de violar el principio de legalidad penal.

En síntesis, de las previsiones del art. 72, se puede decir que, se encuentra prohibida: 1) la edición, venta y reproducción de: a) una obra inédita o publicada sin autorización de su autor o derechohabientes; b) una obra suprimiendo o cambiando el nombre del autor, el título de la misma, o alterando dolosamente su texto; c) mayor número de los ejemplares debidamente autorizados (se excluye al que vende los mismos); 2) editar una obra ya editada, ostentando falsamente el nombre del editor autorizado al efecto (se define lo que se considera falsificación para la presente ley). Esas conductas serán las que den la pauta para cerrar el tipo del artículo 71.

Por su parte, el art. 72 bis prevé distintas conductas, así se encuentran: quienes con fines de lucro a) reproduzcan un fonograma sin autorización por escrito de su productor o su licenciado; b) al que facilite la reproducción mediante el alquiler de discos u otros soportes materiales. También se reprime la reproducción de copias no autorizadas, por encargo de terceros, mediante el pago de precio. En este supuesto es interesante destacar que el “tercero” que encarga el material, también podría hallar punición por medio de las reglas de la concurrencia de personas en el delito, pues, no sería otra cosa que un instigador.

También se pena a quien guarde en almacén, es decir, en el lugar donde se reserva o acopia la mercancía, o en su defecto exhiba copias ilícitas, donde se muestre al público, siempre que no pueda acreditar su origen mediante factura que lo vincule comercialmente con un productor legítimo. Una vez más, da la impresión que el legislador confunde cuestiones probatorias (propias del derecho formal al que se refiere con la acreditación de la cadena comercial mediante factura), con cuestiones de fondo.

Finalmente, el inciso e) del art. 72 bis, otorga punibilidad a la acción del importador de copias ilegales con miras a la distribución al público. Se debe hacer la salvedad que el importador de obras ilícitas, no será punible por el presente inciso cuando tal acción no haya tenido por objetivo la distribución. Tal podría ser el caso, que se intentó únicamente su acopio para luego exportarlas a un país limítrofe. Deberá recurrirse para la subsunción de esta conducta al acopio de material en tales condiciones.

### 3. 2. Aspecto Subjetivo

En este aspecto, estos tipos penales, han de llevar como elemento central el dolo, cuya estructura, por supuesto, exige conocimiento y voluntad de realizar el tipo objetivo. Por lo tanto, es importante considerar que, si media alguna clase de error sobre los presupuestos objetivos, ya sea vencible o no, acarreará como lógica consecuencia la eliminación del dolo, y, por ende, al no hallarse prevista en la ley un tipo imprudente, la atipicidad de las conductas analizadas acarreado la impunidad del hecho.

Otro elemento, que compone el aspecto subjetivo del tipo penal junto al dolo, son los denominados doctrinariamente elementos del tipo distintos del dolo. Estos elementos trascienden la finalidad de llevar adelante el tipo objetivo. Van más allá, y se dan, por ejemplo, en el supuesto de los incisos a) y b) del art. 72 bis, cuando exige que el autor haya tenido como propósito de la acción fin de lucro, también el inciso e) del mismo artículo, cuando requiere que la introducción de copias ilícitas, haya sido con miras a su distribución al público.

## **III. MEDIDAS DE INVESTIGACIÓN PARA ACREDITAR MANIOBRAS EN INFRACCIÓN A LAS LEYES 11.723 Y 22.362**

### 1. VENTA EN COMERCIOS DE MERCADERÍA EN INFRACCIÓN

#### Tareas de inteligencia:

- Identificación del comercio en cuestión;
- Identificación del titular de la habilitación correspondiente;
- Identificación de los empleados y sus responsables;
- Determinación del material en infracción.

Tareas de seguimiento a los medios de transporte a través de los cuales se provee la mercadería, para determinar el lugar del que provienen los productos en infracción<sup>12</sup>.

---

<sup>12</sup> La finalidad es ascender en la cadena de comercialización con el objeto determinar los distribuidores y/o productores y/o importadores de aquel material.

Otras medidas (en el caso que corresponda):

1.1. Para el caso de mercaderías en infracción a la Ley de Marcas y Patentes (Ley 22.362), ingresar a la página web de la Instituto Nacional de Propiedad Industrial <https://portaltramites.inpi.gob.ar/marcasconsultas/busqueda>, opción “BUSCADOR DE MARCAS” en la cual se puede realizar una consulta online sobre:

- Si las designaciones inscriptas en el material que se investiga tienen su registro vigente;
- La clase en que se registró<sup>13</sup>.
- La titularidad de la marca y su representante en caso que los tuviere, a los cuales se podrá contactar a los fines de que puedan expedirse sobre la autenticidad del material en cuestión.

Este procedimiento, también puede ser utilizado para efectuar consultas para el caso de Patentes y Modelos de Utilidad.

Al respecto es importante resaltar que:

Las marcas son un signo distintivo por el cual los diferentes productores, comerciantes o proveedores de productos o servicios, diferencian sus productos o servicios en el mercado.

A su vez, las marcas pueden ser: a) Denominativas: son las compuestas única y exclusivamente por palabras, letras o números y sus combinaciones; b) Figurativas: son los símbolos gráficos, dibujos y logotipos; c) Mixtas: son las que se integran por la combinación de elementos denominativos y figurativos a la vez, o de elementos nominativos cuya grafía se presente de forma estilizada.

El registro<sup>14</sup> de una marca le garantiza al titular la propiedad y el uso exclusivo de la misma. Lo habilita a ejercer todas las defensas necesarias para impedir que terceros, sin autorización, comercialicen productos idénticos con la misma marca o utilizando una denominación tan similar que pueda crear confusión.

El registro también protege contra imitaciones parciales; ya sea de nombres, palabras, signos o frases publicitarias, como así también de sus dibujos y colores.

Una Patente de invención es un derecho que el Estado otorga<sup>15</sup> al inventor para ejercer la exclusividad sobre su invento, esto lo habilita a impedir que terceros, sin la debida autorización, realicen actos de fabricación, uso, oferta para la venta, venta o importación del producto o procedimiento patentado;

---

<sup>13</sup> La Clasificación de Niza es un sistema internacional utilizado para clasificar productos y servicios a los fines del registro de las marcas.

<sup>14</sup> Art. 5, Ley 22.362 - El término de duración de la marca registrada será de Diez (10) años. Podrá ser renovada indefinidamente por períodos iguales si la misma fue utilizada, dentro de los Cinco (5) años previos a cada vencimiento, en la comercialización de un producto, en la prestación de un servicio, o como parte de la designación de una actividad.

<sup>15</sup> Art. 35 Ley 24.481 – La patente tiene una duración de veinte (20) años improrrogables, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud.

Un Modelo de Utilidad es un derecho que se otorga<sup>16</sup> al inventor para proteger las innovaciones introducidas a herramientas, instrumentos de trabajo u objetos que sirvan para usos prácticos.

**1.2.** Para el caso de comercialización de Libros (obras literarias artísticas, científicas, etc.) presumiblemente falsificados o en infracción a la Ley de Propiedad Intelectual.

Si tal actividad se desarrolla en Kioscos de Diarios y Revistas, solicitar a la Dirección General de Habilitaciones y Permisos – Agencia Gubernamental de Control - del Gobierno de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires<sup>17</sup> y/o al organismo local competente, que informe:

- Los datos personales del titular del local en cuestión;
- Si se encuentra habilitado para funcionar como tal;
- Qué mercaderías puede comercializar.

De poder obtener el CUIT de la empresa (a través del acceso a documentación comercial de la misma):

- Solicitar informe a la AFIP con respecto a quien surja registrado con aquella codificación.

Eventualmente:

- Intervención de correos electrónicos;
- listados de llamadas entrantes y salientes e intervenciones telefónicas.

Allanamiento y secuestro del material<sup>18</sup>

- Con intervención del organismo de control respectivo;
- Dictamen pericial tendiente a la verificación de la falsedad del producto o su marca a través de la comparación de indubitable (requerido al titular de la licencia o marca, de ser necesario).

## 2. FABRICACIÓN EN TALLERES CLANDESTINOS

A partir de las medidas destacadas en el punto anterior, puede llegar a determinarse el lugar de producción del material en infracción. Como se ha expresado anteriormente, ésta debe ser la finalidad que guíe este tipo de investigaciones, pues claramente no se elimina la venta en infracción a las leyes 11.723 y/o 22.362

---

<sup>16</sup> Art. 57, Ley 24.481 - El certificado de los modelos de utilidad tendrá una vigencia de diez (10) años improrrogables, contados a partir de la fecha de presentación de la solicitud, y estará sujeto al pago de los aranceles que establezca el decreto reglamentario.

<sup>17</sup> En el caso de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires, debe tenerse en cuenta que para solicitar la titularidad de un Kiosco el interesado debe presentar en mesa de entradas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires los requisitos que figuran en la ordenanza 33188 y entre ellos la credencial habilitante del Ministerio de Trabajo. En consecuencia, deberá solicitarse al Ministerio de Trabajo, específicamente al Sector de Coordinación del Registro Nacional de Vendedores y distribuidores de Diarios y Revistas, del Ministerio de Trabajo Empleo y Seguridad Social, los datos filiatorios del local que se investigue toda vez que los datos que obren en sus registros pueden no coincidir con los del Gobierno de la Ciudad.

<sup>18</sup> Es necesario que el allanamiento se produzca luego de las medidas anteriores, sobre todo aquellas vinculadas con la determinación de la procedencia de la mercadería, pues un allanamiento apresurado podría frustrar las medidas futuras para la identificación del productor y secuestro de mercaderías que podría quedar advertido por el procedimiento a uno de sus clientes.



impidiendo su comercialización en algunos locales, sino cortando la cadena de comercialización en su inicio.

- Tareas de inteligencia:

- Identificar el taller que se denuncia o que fue sindicado por la investigación;
- Tomar vistas fotográficas y croquis del lugar;
- Identificar a los empleados, encargados y titulares del taller<sup>19</sup>.

- Otras medidas:

- Solicitar a la AFIP informe los datos que posea con respecto al titular del CUIT que registre aquel domicilio<sup>20</sup>;
- Solicitar a la Dirección de Habilitación y Permisos del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, o el organismo local competente, que informe si el taller se encuentra habilitado y remita toda la información que posea al respecto.
- Eventualmente:
  - intervención de correos electrónicos;
  - intervenciones telefónicas;
  - listados de llamadas entrantes y salientes;
  - Allanamiento del taller y el secuestro del material en infracción (Insumos; registros que permitan determinar el origen de los mismos, etc.).
- Secuestro de etiquetas o prendas que contengan inscriptas marcas:
  - Solicitarse a la AFIP que informe su CUIT y otros datos que posea sobre su titular;
  - Solicitar al Instituto Nacional de Propiedad Intelectual (INPI) que informe si se encuentra debidamente registradas, en qué rubros y los datos de sus representantes legales. Esta información se puede obtener anticipadamente a través de la pagina web del propio Instituto: <https://portaltramites.inpi.gob.ar/marcasconsultas/busqueda>.
  - Dar intervención y/o solicitar asistencia a la Procuraduría de Trata y Explotación de Personas (PROTEX), toda vez que

---

<sup>19</sup> En este sentido, en caso de haber tenido inspecciones anteriores podría solicitarse información a la Dirección de Fiscalización y Control, y a la Dirección de Protección del Trabajo, ambas del Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires; o el organismo local correspondiente. Así también se puede requerir informe a la Dirección de Inspección Federal del Ministerio de Trabajo, Empleo y Seguridad Social de la Nación. Inclusive se puede solicitar información a la Unión de Trabajadores Costureros, que posee información aportada por sus propios miembros.

<sup>20</sup> La AFIP cuenta entre sus bases de acceso, el sistema privado NOSIS, quien puede brindar información de todos los vinculados a ese domicilio y su número de CUIT.

esta industria se encuentra estrechamente vinculada a ilícitos de incumbencia de esa Procuraduría.

### 3. OTRAS MEDIDAS

Existen una variedad de medidas que pueden producirse en un expediente, independientemente de las expuestas anteriormente, aquí se detallan algunas de ellas.

Tipo de información a requerir	A quien debe ser remitido el requerimiento
Propiedad de un Inmueble	Registro de la Propiedad Inmueble y Dirección de Catastro, correspondientes
Propiedad de un vehículo	Al registro de la propiedad automotor, con el cual el MPF tiene convenio, a través de la página web: <a href="http://afip.dnrpa.gov.ar">http://afip.dnrpa.gov.ar</a>
Documentos de servicios (luz, gas, teléfono, etc.)	Oficio a la empresa prestadora
Determinar si un CD de música o un DVD de película es legítimo o falso	Oficiar a la cámara respectiva para que informe el modo de comercialización y en su caso si el material secuestrado correspondería a un producto original
Determinar si el software es legítimo o pirata	Oficiar a la productora de software para que informe modo de comercialización y forma de licenciamiento del producto. Para ello será necesario, previamente, tomar nota de los PID'S <sup>21</sup> de cada producto instalado y de cómo entregaron las licencias (abiertas, cerradas, pegadas en el computador - licencias OEM <sup>22</sup> )
Extractos bancarios	A la entidad en donde registre cuenta. Previamente se debería requerir a la AFIP y/o BCRA informe los bancos en los cuales registra cuentas
Historial y Registro de Crédito	A través del sistema NOSIS
Importaciones	Al Depto. de Informática Aduanera - Depto. Control de Desarrollo y Operación de Sistemas Aduaneros- AFIP-DGA

<sup>21</sup> Los números de PID son generados por todos los programas de computación al instalarse e identifican el medio magnético por el cual fue instalado. Si se concluye que fueron instalados desde un mismo medio magnético podría suponerse la copia del software, pues la generalidad de las licencias permiten una sola instalación por cada licencia adquirida y no permiten instalar software desde medios no originales.

<sup>22</sup> Original Equipment Manufacturer



Titular del derecho en caso de marcas, patentes, modelos y diseños industriales y modelos de utilidad	Al Instituto Nacional de la Propiedad Industrial (INPI). Se pueden hacer consultas a través de su página web: <a href="http://www.inpi.gob.ar/">http://www.inpi.gob.ar/</a>
Titular del derecho de propiedad intelectual	Dirección Nacional de Derecho de Autor (DNDA). En el caso de software, a Empresas de Software y Servicios Informáticos (CESSI). Puede requerirse información al <a href="mailto:registro@cessi.org.ar">registro@cessi.org.ar</a> En caso de dominio ".ar" a Nic Argentina. Puede determinarse la titularidad del registro directamente a través de su página web <a href="https://nic.ar/">https://nic.ar/</a>

## REFERENCIAS FINALES

Como ya se expresara, las indicaciones efectuadas por el presente documento pretenden ser una guía perfectible que asista a los miembros del Ministerio Público Fiscal, en las investigaciones por delitos previstos en la Ley de Propiedad Científica, Literaria y Artística (No 11.723) y en la Ley de Marcas y Designaciones (No 22.362), pero no agota el listado de medidas a realizar ni supone la necesidad de efectuar todas las que aquí se proponen, cuestión que dependerá de las circunstancias de la investigación y que, obviamente, quedará a criterio de cada uno de los Sres. Fiscales intervinientes en aquellos procesos.