

**JÚLIA ESTELLÉ CARCELLÉ**

**LA PROTECCIÓN JURÍDICA DEL DISEÑO DE  
MODA**

**TRABAJO DE FIN DE GRADO**

**Dirigido por el Dr. Pablo Girgado Perandones**

**Grado en Derecho**



**UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI**

**Tarragona**

**2022**

**El presente Trabajo de Fin de Grado se ha desarrollado en la modalidad de  
Trabajo de Investigación**

La investigación se presenta siguiendo las normas de citación bibliográfica para autores previstas en la Revista Actas del Derecho Industrial y Derecho de Autor (*ADI*)

## **RESUMEN**

El diseño de moda debe contar con una adecuada protección con tal de evitar copias que puedan llegar a perjudicar a quienes con su creatividad lo han diseñado. Afortunadamente, existen dos grandes vías de protección: la que les otorga la propiedad intelectual y la otorgada por la propiedad industrial.

### **PALABRAS CLAVE**

Diseño de moda - Industria de la moda - Propiedad intelectual - Propiedad Industrial - Falsificación.

## **RESUM**

El disseny de moda ha de comptar amb una adequada protecció per tal d'evitar còpies que puguin arribar a perjudicar als qui amb la seva creativitat els han dissenyat. Afortunadament, existeixen dos grans vies de protecció: la atorgada per la propietat intel·lectual i la atorgada per la propietat industrial.

### **PARAULES CLAU**

Disseny de moda - Industria de la moda - Propietat Intel·lectual - Propietat Industrial - Falsificació.

## **ABSTRACT**

Fashion design must have adequate protection in order to avoid copies that could damage those who have designed with their creativity. Fortunately, there are two big ways of protection: the one granted by intellectual property and the one granted by industrial property.

### **KEYWORDS**

Fashion design - Fashion Industry - Intellectual Property - Industrial Property - Forgery.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

|  |           |
|--|-----------|
| ABREVIATURAS .....   | 6         |
| INTRODUCCIÓN .....   | 7         |
| <b>CAPÍTULO I: LA INDUSTRIA DE LA MODA Y SU PROTECCIÓN JURÍDICA</b><br>.....                           | <b>10</b> |
| <b>1. La industria de la moda .....</b>  | <b>10</b> |
| <b>2. El <i>Fashion Law</i> o Derecho de la moda.....</b>  | <b>11</b> |
| 2.1. <i>La moda como objeto jurídico</i> .....   | 11        |
| 2.2. <i>Actual Marco regulatorio español y europeo</i> .....   | 11        |
| <b>3. La importancia de proteger el diseño de moda.....</b>  | <b>12</b> |
| <b>4. Mecanismos de protección del diseño de moda .....</b>  | <b>13</b> |
| <b>CAPÍTULO II: LA PROTECCIÓN DEL DISEÑO DE MODA MEDIANTE LA</b><br><b>PROPIEDAD INTELECTUAL .....</b> | <b>15</b> |
| <b>1. La propiedad intelectual aplicada al diseño de moda .....</b>                                    | <b>15</b> |
| <b>2. Los derechos de autor.....</b>   | <b>16</b> |
| 2.1. <i>La protección del diseño de moda a través de los derechos de autor</i> .....                   | 16        |
| 2.2. <i>Criterio jurisprudencial del TJUE</i> .....  | 18        |
| <b>CAPÍTULO III: LA PROTECCIÓN DEL DISEÑO DE MODA MEDIANTE LA</b><br><b>PROPIEDAD INDUSTRIAL .....</b> | <b>20</b> |
| <b>1. La propiedad industrial aplicada al diseño de moda .....</b>                                     | <b>20</b> |
| <b>2. La protección jurídica del diseño de moda por la propiedad industrial .....</b>                  | <b>21</b> |
| 2.1. <i>El diseño de moda registrado</i> .....   | 21        |
| 2.2. <i>El diseño de moda no registrado</i> .....  | 24        |
| <b>3. Otras formas de protección que otorga la propiedad industrial.....</b>                           | <b>26</b> |

|  |           |
|--|-----------|
| 3.1. Protección mediante las marcas .....  | 26        |
| 3.2. Protección mediante las patentes .....  | 27        |
| <b>CAPÍTULO IV: EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELLECTUAL E INDUSTRIAL DE LOS DISEÑOS DE MODA.....</b>                 | <b>29</b> |
| <b>1. Formas de incumplimiento .....</b>   | <b>29</b> |
| 1.1. Incumplimiento de la protección otorgada mediante el plagio .....   | 29        |
| 1.2. Incumplimiento de la protección otorgada mediante la falsificación e imitación  | 32        |
| <b>2. Acciones a ejercitar en caso de violación de los derechos de propiedad intelectual en los diseños de moda y consecuencias.....</b> | <b>34</b> |
| 2.1. Acciones y consecuencias civiles por la LPI .....   | 34        |
| 2.2. Consecuencias penales .....   | 35        |
| <b>3. Acciones a ejercitar en caso de violación de los derechos de propiedad industrial en los diseños de moda y consecuencias.....</b>  | <b>37</b> |
| 3.1. Acciones y consecuencias civiles por la Ley 20/2003 .....   | 37        |
| 3.2. Consecuencias penales .....   | 38        |
| <b>4. Medidas de prevención.....</b>   | <b>39</b> |
| <b>CONCLUSIONES FINALES.....</b>   | <b>41</b> |
| <b>BIBLIOGRAFÍA .....</b>  | <b>44</b> |
| <b>JURISPRUDENCIA.....</b>   | <b>45</b> |
| <b>NORMATIVA.....</b>  | <b>46</b> |
| <b>WEBGRAFÍA .....</b>   | <b>49</b> |

## ABREVIATURAS

|                            |  |
|----------------------------|--|
| Arreglo de la Haya         | Arreglo de la Haya relativo al registro internacional de dibujos y modelos industriales  |
| Art.                       | Artículo   |
| As.                        | Asunto   |
| BOE                        | Boletín Oficial del Estado   |
| CE                         | Conformidad Europea  |
| CP                         | Código Penal   |
| Directiva 98/71/E          | Directiva 98/71/E del Parlamento Europeo y del Consejo, de 13 de octubre de 1998, sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos. |
| EUIPO                      | Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea   |
| Ley 11/1988                | Ley 11/1988, de 3 de mayo, de protección jurídica de las topografías de productos semiconductores  |
| Ley 20/2001                | Ley 20/2001 de 7 de diciembre de Marcas  |
| Ley 20/2003                | Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial   |
| Ley 24/2015                | Ley 24/2015 de 24 de julio, de Patentes  |
| LPI                        | Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual             |
| OEPM                       | Oficina Española de Patentes y Marcas  |
| OMPI                       | Organización Mundial de la Propiedad Intelectual   |
| Pág.                       | Página   |
| Párr.                      | Párrafo  |
| RAE                        | Real Academia Española   |
| Reglamento (CE) N.º 6/2002 | Reglamento (CE) N.º 6/2002 del Consejo, de 12 de diciembre de 2001 sobre los modelos y dibujos comunitarios                              |
| SVA                        | Servicio de Vigilancia Aduanera  |
| TJUE                       | Tribunal de Justicia de la Unión Europea   |
| UAR                        | Unidades de Análisis de Riesgo   |
| UE                         | Unión Europea  |

## INTRODUCCIÓN

Aunque hoy en día se escucha hablar cada vez más sobre el término *Fashion Law*, mucha gente sigue sin entender en qué consiste esta especialización del Derecho que tanto me entusiasma.

Cuando escuché hablar por primera vez de esta disciplina del Derecho, me llamó la atención de manera inmediata, ya que desde pequeña me he considerado una apasionada de la moda y de los diseños innovadores que provienen de la misma, así como una admiradora de la capacidad de crear de los diseñadores que forman parte de esta industria. A pesar de ello, nunca me he visto como diseñadora, sino que mi interés se ha plasmado en apreciar cómo la industria y sus creaciones han ido evolucionando con el paso de los años, y en ver cómo la misma ha ido cogiendo un papel protagonista dentro de la economía global hasta llegar a adquirir la importancia que tiene hoy en día en nuestra sociedad.

Estudiando derecho, descubrí que la rama que más me apasionaba era la del derecho mercantil, especialmente la que regula el comercio internacional, y de algún modo, me di cuenta de que en un futuro podría combinar mi futura profesión derivada del derecho, con mi pasión, ya que, en la moda, también encontramos mucho derecho, especialmente en su proceso de comercialización y en su forma de protegerla.

Es por todo lo anterior que, durante estos años de estudio, decidí empezar a documentarme sobre este mundo tan relevante, pero a la vez desconocido hasta hace no mucho en nuestro país. Es cierto que el Derecho de la Moda en los últimos años ya ha ido adquiriendo un papel protagonista en Estados Unidos, París o Italia, probablemente por ser países en donde se encuentran las sedes de las empresas de moda más importantes a nivel mundial, pero recientemente, también ha empezado a adquirirlo en España, de la mano de personalidades conocidas en este sector.

Cuando se me asignó el departamento de derecho mercantil, tuve claro que mi trabajo iría enfocado a este tema, ya que esto me permitiría conocer aún más sobre el mismo, así como poder analizar jurisprudencia sobre los casos más polémicos e importantes en los que se han visto envueltas ciertas empresas de este sector.

El objetivo principal de este trabajo se basa en analizar la legislación vigente destinada a la protección jurídica de los diseños de moda tanto por el ámbito de la propiedad industrial como por el de la propiedad intelectual para ver si la misma es efectiva. En cuanto a los objetivos secundarios, se pretende investigar la importancia del *Fashion Law* o derecho de la moda en los diseños de moda para entender su importancia, así como los problemas derivados de la violación de los derechos que estas vías ofrecen a sus creadores, tales como falsificaciones, plagios, etc. Además, mediante el estudio de jurisprudencia tanto nacional como internacional, se pretende comprobar la eficacia de dicha protección en los casos importantes que han llegado hasta los tribunales.

Para poder llevar a cabo lo expuesto, se realizará una investigación teórica sobre el ámbito de la propiedad intelectual e industrial en los diseños de moda, mediante la consulta de información obtenida a través de manuales, artículos de referencia, noticias actuales de prensa, normativa de aplicación y jurisprudencia, todo ello, con el fin de poder llegar a unas conclusiones en las que poder plasmar una opinión jurídica sobre el tema tratado en cuestión.

En cuanto a la estructura, el presente trabajo de fin de grado, se divide en cuatro grandes capítulos, en los que trataré de abordar las cuestiones que recientemente he expuesto, el primero, servirá a modo de introducción del contenido y en él, trataré de explicar brevemente en qué consiste el término *Fashion Law*, por qué se deben proteger los diseños de moda y cómo se puede hacer.

A continuación, en los capítulos segundo y tercero, trataré de explicar los métodos de protección de los diseños de moda por las dos grandes opciones de las que disponen los diseñadores, que son mediante la propiedad intelectual y mediante la propiedad industrial, con sus características y requisitos, y con los subtipos de protección que cada una de ellas ofrece, todo ello respaldado con ejemplos jurisprudenciales. También, las acciones que pueden llevar a cabo los diseñadores para proteger su derecho tanto por la vía civil como la penal.

Finalmente, en el capítulo cuarto, tratare el tema de la violación del derecho del titular de exclusiva de un diseño protegido, en primer lugar, se verán algunas de las formas más comunes de violación de este derecho, y en segundo se verán algunas medidas que se llevan a cabo para prevenir que estos hechos ocurran.

Por último, me gustaría agradecer a todos los profesores que me han acompañado a lo largo de este proceso formativo, por hacer que consiguiera enamorarme del derecho y que no me arrepintiera de mi elección, especialmente al Dr. Pablo Girgado Perandones por dejarme total libertad para explorar sobre el tema del presente trabajo y facilitarme y guiarme en todo momento a lo largo de la elaboración del mismo.

También a mi familia, que me ha dedicado todo su tiempo, su esfuerzo y todos sus recursos con tal de permitirme continuar mi educación en el ámbito que he querido en todo momento, animándome a continuar hacia adelante sin dejar que me rindiera cuando las cosas se complicaron.

# CAPÍTULO I: LA INDUSTRIA DE LA MODA Y SU PROTECCIÓN JURÍDICA

## 1. La industria de la moda

El término moda que se utiliza de forma recurrente en el presente trabajo tal y como indica la Real Academia Española (En adelante, RAE) significa: “Gusto colectivo y cambiante en lo relativo a prendas de vestir y complementos.”<sup>1</sup>

La industria de la moda es un sector muy amplio que con el paso de los años ha ido adquiriendo cada vez más importancia, convirtiéndose en un fenómeno social cambiante lleno de oportunidades para los que se encuentran en el mismo.

Esta industria está compuesta tanto por diseñadores, como productores textiles, modelos, comerciantes y consumidores, y, además, cuando hablamos de moda, nos referimos tanto a prendas de vestir, como calzados, complementos, etc.<sup>2</sup>

En la moda, adquiere un papel relevante la creatividad y originalidad, pero estas características deben ser reflejadas en los diseños creados, y estos, además, deben resultar asertivos de cara al consumidor, ya que del mismo dependerá su éxito en un sector tan competitivo como el mencionado. Es por ello que, para crear moda, se necesita conocer a la perfección varios factores externos, especialmente los relativos al consumidor, del cual será necesario conocer sus preferencias, exigencias y especialmente sus necesidades en cada momento según su situación geográfica y época del año en la que se encuentre.

Cabe remarcar, que la moda es uno de los negocios más rentables existentes, por su constante reiventabilidad y por tratarse de una industria que crea productos de primera necesidad. Entre los diversos tipos de moda tales como la alta costura, solo al alcance de unos pocos, o la moda estándar que debería estar al alcance de toda la población, se mueven billones de euros al año en nuestro país.<sup>3</sup>

---

<sup>1</sup> R.A.E. (s. f.). Moda. Recuperado 24 enero 2022, desde <https://dle.rae.es/moda>

<sup>2</sup> FREE CONTENT (2020). Industria de la moda: ¿qué es, ¿cómo funciona y cuánto dinero genera. Recuperado 25 enero 2022, desde <https://www.ipp.edu.pe/blog/industria-de-la-moda-2/>

<sup>3</sup>FASHION UNITED (2022). Estadísticas del sector de la moda en España. Recuperado 25 enero 2022 desde <https://fashionunited.es/statistics/estadisticas-de-consumo-y-ventas-de-la-moda-en-espana>

## **2. El *Fashion Law* o Derecho de la moda**

### *2.1. La moda como objeto jurídico*

Tal y como se indica en la doctrina, el término *Fashion Law* o derecho de la moda es un anglicismo que hace referencia a una nueva modalidad de derecho que tiene como objetivo el análisis de los componentes jurídicos que afectan a todo lo relacionado con moda, y se define como “el área del derecho que se ocupa de los problemas del día a día en la industria de la moda.”<sup>4</sup>

Desde el inicio de la producción de un nuevo diseño, hasta su comercialización definitiva para la posterior adquisición por parte de los consumidores, se producen una serie de situaciones legales que necesitan de una determinada regulación, la cual se engloba dentro de lo que se considera *Fashion Law*. Los primeros estudiosos de esta corriente del derecho, dicen del *Fashion Law* que: “Es un campo que abarca la sustancia legal de la moda, incluidos los problemas que puedan surgir a lo largo de la vida de una prenda de vestir. Comenzando con la idea original del diseñador y continuando con la prenda en el armario del consumidor”.<sup>5</sup>

Hay varias cuestiones que son objeto de interés dentro de la industria de la moda, estas van desde su proceso ideológico, el desarrollo de su creación, su comercialización con las pertinentes estrategias de marketing y publicidad, y otras cuestiones a tener en cuenta tales como las jurídicas y las medioambientales.

En el presente trabajo se desarrollará la cuestión jurídica probablemente más importante dentro de la industria de la moda, y es la relativa a los diseños de moda como objeto de protección jurídica dentro de esta industria. Se trata de la gran necesidad para las personas u empresas que se dedican a crear moda de proteger sus diseños creados, a través de las diferentes formas y métodos proporcionados por el derecho, de cualquier tipo de plagio o falsificación.

### *2.2. Actual Marco regulatorio español y europeo*

El actual marco regulatorio para la protección de los diseños en España y en la Unión Europea tiene su origen en la Directiva 98/71/E del Parlamento Europeo y del Consejo,

---

<sup>4</sup> KOLSUN y JIMÉNEZ (2009), pág. 3.

<sup>5</sup> FURI-PERRY (2014), pág. 13.

de 13 de octubre de 1998, sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos (En adelante, Directiva 98/71/E),<sup>6</sup> que armoniza las legislaciones sobre los diseños de los Estados miembros.

En España, adquiere relevancia la Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial (En adelante, Ley 20/2003)<sup>7</sup> que sirvió para adecuar la protección de los diseños a las necesidades de los usuarios del sistema.

A nivel comunitario, se buscó unificar la legislación en todo el territorio de la Unión Europea, lo cual se consiguió con el Reglamento (CE) N.º 6/2002 del Consejo, de 12 de diciembre de 2001 sobre los modelos y dibujos comunitarios (En adelante, Reglamento (CE) 6/2002),<sup>8</sup> que establecía el carácter unitario de estos.

### **3. La importancia de proteger el diseño de moda**

Por diseño, en este caso de moda, se entiende la aplicación de los principios de arte y creación a las prendas de ropa y accesorios utilizados por las personas, teniendo en cuenta el contexto social y cultural, la época del año y el lugar donde son creados.

Teniendo en consideración que la figura del diseño de moda es una de las más utilizadas en la industria de la moda, por ser la pieza central de la misma, será de gran interés que estas creaciones se encuentren debidamente protegidas, aunque en muchas ocasiones esto no llega a producirse, lo cual produce unas circunstancias especiales que serán analizadas también a lo largo del trabajo.

Es importante proteger los diseños originales y distintivos de una determinada marca de moda para prevenir que terceros se puedan aprovechar económicamente mediante la apropiación o réplica de dichas creaciones realizando un plagio, que según la RAE consiste en “Copiar en lo sustancial obras ajenas, dándolas como propias”.<sup>9</sup>

---

<sup>6</sup> VLEX. (1998), Directiva 98/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de octubre de 1998 sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos. Recuperado 25 enero 2022 desde, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A31998L0071>

<sup>7</sup> BOE (2003), Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial. Recuperado 25 enero 2022 desde, BOE. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-13615>

<sup>8</sup> EUIPO (2001), Reglamento (CE) n.º 6/2002 del Consejo de 12 de diciembre de 2001 sobre los dibujos y modelos comunitarios. Recuperado 27 de enero 2022, desde [https://uiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document\\_library/contentPdfs/law\\_and\\_practice/cdr\\_legal\\_basis/62002\\_cv\\_es.pdf](https://uiipo.europa.eu/tunnel-web/secure/webdav/guest/document_library/contentPdfs/law_and_practice/cdr_legal_basis/62002_cv_es.pdf)

<sup>9</sup> R.A.E. (s. f.). Plagio. Recuperado 27 enero 2022, desde <https://dle.rae.es/plagio>

Además, al proteger un diseño, su titular mejora la imagen de su marca o firma, obteniendo al mismo tiempo una distinción respecto de los competidores. Por ende, si un diseño no es protegido, su creador no podrá gozar de derechos exclusivos sobre el diseño de la misma forma que lo haría si lo hubiera protegido, y los competidores, podrían incluso en ocasiones intentar replicar e incorporar sin necesidad de autorización el diseño en el mercado con su nombre.

Ante este caso, el creador original del nuevo diseño por no haberlo protegido por ningún medio legal, no tendrá medios jurídicos para hacer frente a esta situación del mismo modo que los tendría si lo hubiese protegido, y además en el peor de los casos los competidores podrían llegar a registrar como suyo y proteger ellos mismos el diseño como si la idea hubiese sido suya, lo cual complicaría aún más la situación.

#### **4. Mecanismos de protección del diseño de moda**

No es infrecuente que en el sector de la moda surjan reproducciones muy parecidas o iguales a diseños originales, pero esto puede evitarse, ya que el derecho pone a disposición de las empresas y los titulares de derechos que operan en este sector diferentes formas de proteger sus diseños, que variarán según las características de los mismos, y otorgaran más o menos protección según la forma de protección que mejor se le adapte al tipo de diseño. Además, esta protección será más o menos longeva según la que se emplee.

Una de las formas de protección al abasto de los diseñadores, es la que pueden obtener a través de la propiedad intelectual mediante los derechos de autor, aunque como se verá a continuación, estos en la moda proporcionan una protección limitada y además con unos requisitos muy exigentes.

Los diseños de moda también pueden ser protegidos mediante la propiedad industrial, a través de la figura del diseño industrial registrado, las patentes y las marcas en las que profundizaremos más adelante. Es la forma más común y amplia de protección a la que recurren los diseñadores y diseñadoras para proteger su creatividad en un sector tan cambiante como es el de la moda, además en este caso los requisitos son menos exigentes.

Cabe destacar que tal y como se prevé en la Ley 20/2003, la protección que se reconoce al diseño industrial es independiente, acumulable y compatible con la que se pueda

derivar de la propiedad intelectual cuando cumpla los requisitos para ser protegido por ambas vías.

El criterio comunitario en este sentido quedó de algún modo plasmado en la Sentencia del Tribunal de Justicia en el caso C-683/17,<sup>10</sup> que trata el caso de Cofemel contra G-star (En adelante, STJUE de 12 de septiembre de 2019, as. C-683/17), en el que se concluyó que la protección por la propiedad industrial y la protección de los diseños mediante los derechos de autor derivados de la propiedad intelectual persiguen objetivos sustancialmente distintos, y deben también someterse a regímenes distintos, por tanto, ambas formas de protección podrán concederse de forma acumulada a un mismo caso o diseño, pero solamente en determinadas y muy específicas situaciones.

En conclusión, tanto la propiedad intelectual como la propiedad industrial se constituyen como herramientas esenciales y aplicables para la protección de los intangibles<sup>11</sup> de una empresa de moda con tal de evitar que terceros se puedan apropiar de la esencia, creatividad y notoriedad adquirida por una marca a lo largo de los años.

---

<sup>10</sup>CURIA (2019). Sentencia del Tribunal de Justicia de la Unión Europea (Sala Tercera) 12 de septiembre de 2019, Recuperado 30 de enero 2022 desde, <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=217668&pageIndex=0&doclang=ES&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=14172384>

<sup>11</sup> MIGUEL ASENSIO (2008), Capítulo I

## **CAPÍTULO II: LA PROTECCIÓN DEL DISEÑO DE MODA MEDIANTE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

### **1. La propiedad intelectual aplicada al diseño de moda**

El Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual (En adelante, LPI)<sup>12</sup> en su artículo 1 afirma que: “La propiedad intelectual de una obra literaria, artística o científica corresponde a su autor por el solo hecho de su creación.” Es decir, el hecho generador del derecho otorgado por la propia ley, es la mera creación, relacionando de ese modo la propiedad intelectual con las creaciones de la mente.<sup>13</sup>

Para que un diseño de moda pueda ser protegido por la Propiedad Intelectual, se deben cumplir tres requisitos indispensables, que son que: “debe tratarse de una creación humana, expresada y original”.

Se destaca principalmente el requisito de originalidad, aunque no es esencial que la originalidad expresada posea un trasfondo teórico de gran envergadura, solamente es necesario que la misma suponga una expresión de creatividad de su autor en su singularidad.<sup>14</sup>

En lo relativo a dichos requisitos, es muy destacable la Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid 96/2005 de 17 de Febrero<sup>15</sup> que afirma que tanto la doctrina como la jurisprudencia, exigen para que una creación humana pueda ser considerada como obra de propiedad intelectual, que la misma venga caracterizada por no ser una simple idea genérica y abstracta, y que en ella se reflejen las ideas distintas del autor destinadas a enriquecer el ámbito social o cultural al que la obra vaya destinada.

---

<sup>12</sup> BOE (1996), Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. Recuperado 9 febrero 2022 desde BOE. <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>

<sup>13</sup> ESTEVE PARDO (2009), capítulo I.

<sup>14</sup> BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO (2019), pág. 21.

<sup>15</sup> CENDOJ (2005). Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid 96/2005 de 17 de febrero, Recuperado 12 de febrero 2022 desde, <https://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=217668&pageIndex=0&doclang=ES&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=14172384>

Para finalmente poder decidir si dicha obra será o no protegida por el derecho de la propiedad intelectual, el resultado final obtenido, deberá contar con suficiente grado de intervención personal de quien se la atribuye como propia, de ese único modo podrá ser considerada como autónoma e independiente y digna de dicha protección.

En este caso, es destacable que el hecho generador del derecho del autor es la simple creación, la propiedad intelectual no requiere registro de ninguna clase ni establecimiento de referencias en la obra protegida indicando su condición de obra protegida. No obstante, es muy recomendable que se documente el proceso creativo ya que de ese modo se facilita el proceso probatorio vinculado a dicha protección, dando mayores garantías a su autor en caso de controversias que puedan surgir con posterioridad.

Finalmente, cabe remarcar que las protecciones de los diseños de moda por esa vía otorgan a su autor una salvaguarda de los derechos de explotación de los mismos muy amplia que se extenderá durante toda la vida de su creador y setenta años después de la muerte del mismo, tal y como se especifica en los artículos 26 a 30 de la LPI.

## **2. Los derechos de autor**

### *2.1. La protección del diseño de moda a través de los derechos de autor*

En la protección de los diseños de moda mediante los derechos de autor, se protegen generalmente los bocetos de dichos diseños en los casos en que se cumplan los requisitos que exige la propiedad intelectual, estos son: “que el boceto del diseño cuente con la suficiente originalidad como para constituir una obra, y que constituya a su vez una creación intelectual original propia de su autor”.<sup>16</sup>

Hay que destacar que la protección mediante los derechos de autor es una de las formas de protección menos comunes, ya que solo un pequeño porcentaje de los productos incluidos en el sector de la moda cumplen estos requisitos para poder ser protegidos de ese modo.<sup>17</sup>

Muchos de los diseños que acaban siendo protegidos por ese modo pueden considerarse auténticas obras de arte, y en ocasiones no representan el día a día de la moda comercial

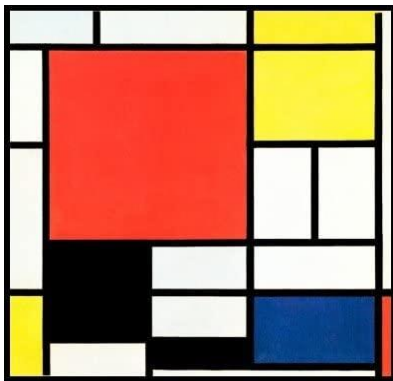
---

<sup>16</sup> Ver al respecto STJUE de 12 de septiembre de 2019, as. C-683/17, párr. 22

<sup>17</sup> Tal y como apunta CARBAJO CASCÓN (2012), pág. 532 en La protección del diseño industrial por la vía del derecho de autor. Concepto y régimen jurídico del diseño artístico, en El diseño comunitario, Estudios sobre el reglamento CE núm. 6/2002

ya que no se crean para ser destinadas a producirse masivamente o a seguir tendencias que en la mayoría de casos son temporales, sino que se destinan a museos, pasarelas o exposiciones.

Un claro ejemplo sería la genialidad que hizo Yves Saint Laurent al plasmar en una prenda de ropa, concretamente un vestido, la obra más conocida de Piet Mondrian “Composición con rojo, azul y amarillo”<sup>18</sup> en 1965. La originalidad en este caso se muestra al haber convertido un cuadro considerado obra de arte en un diseño de alta costura.



Composición con rojo, azul y amarillo de Mondrian, 1930.



Vestido de Yves Saint Laurent de 1965

Finalmente, cabe destacar que algunas ventajas que ofrece la protección de los diseños de moda por vía derechos de autor aluden a su intensidad, ya que no solo se protege la obra de un posible plagio, también se la protege de posibles transformaciones, plagios parciales, y en definitiva, de cualquier diseño que cause las mismas sensaciones en el público que el diseño protegido.

Otra gran ventaja sería la relativa a la no sujeción a formalidad alguna de acuerdo con el principio universal del Derecho de autor recogido en el artículo 5.2 del Convenio de Berna,<sup>19</sup> que indica que: “Una obra es protegida por el Derecho de autor, si es original, desde el mismo momento de su creación, sin necesidad de inscribir el derecho en un registro o cumplir formalismos de cualquier tipo”.

---

<sup>18</sup> Composición en rojo, azul y amarillo de Piet Mondrian, forma parte de un conjunto de obras no figurativas creadas entre 1921 y 1941, reconocidas por el nombre composición, donde se fusionan el color y la línea empleados en estado puro.

<sup>19</sup> BOE (s.f.), Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas, del 9 de septiembre de 1886, revisado en Berlín el 13 de noviembre de 1908 y en Roma el 2 de junio de 1928. Recuperado 10 febrero 2022 desde BOE <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1933-41613>

Como ya se especificó, la duración de dicha protección al tratarse de un diseño protegido por vía de la propiedad intelectual, es de setenta años desde la muerte del autor. Aunque este último punto podría desaconsejar en muchas ocasiones este modo de protección por no ser la forma más adecuada, especialmente en esas creaciones que siguen modas temporales y buscan una comercialización masiva, y eso es debido a que, los diseños por lo general no duran más de seis meses en el mercado, por lo que una protección de más de setenta años en estos casos podría incluso considerarse una desventaja.

## *2.2. Criterio jurisprudencial del TJUE*

Sobre la protección de los diseños de moda mediante los derechos de autor, englobados dentro de la protección por la vía de la propiedad intelectual, cabe destacar y comentar más ampliamente el criterio jurisprudencial del TJUE del 12 de setiembre de 2019, en el as. C-683/17, al que ya se hizo una breve alusión en el capítulo anterior.

Este litigio fue fruto de una demanda interpuesta por parte de G-Star contra Cofemel, ya que ésta consideraba que Cofemel le estaba vulnerando sus derechos de autor al estar fabricando algunos modelos de pantalones idénticos a los que ellos mismos habían venido fabricando y considerando como creaciones intelectuales originales que, por tanto, debían calificarse como obras protegibles por estos derechos.

La importancia de dicha sentencia, reviste en que se confirma la protegibilidad de los diseños de moda siempre que se puedan calificar como obras, tal y como dice la misma “el concepto de “obra” implica que existe un objeto original, en el sentido de que el mismo constituye una creación intelectual propia del autor.” Hay que recordar, que un modelo no puede considerarse obra por el solo hecho de tener un “efecto visual propio y considerable desde el punto de vista estético” será obra si cumple los requisitos que se exigen para considerarse así.

En lo relativo a la plasmación de la creación, la sentencia nos indica que la obra debe ser un objeto identificable con suficiente precisión y objetividad, y es por ello que los bocetos de los diseños por sí mismos, ya permiten identificar con precisión la pieza creada, por lo que de ser considerados obras serían protegibles por esa vía.

Para concluir, el TJUE entendió que es cierto que los diseños de moda pueden ser protegidos por la vía de protección de los derechos de autor, pero siempre que sus

características estéticas o visuales alcancen la originalidad exigida a las obras que ya vienen protegiéndose por estos derechos. Es decir, deben ser encuadrables dentro del concepto de obra descrito en la Directiva 2001/29 CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos de autor y derechos afines a los derechos de autor en la sociedad de la información.<sup>20</sup>

---

<sup>20</sup> BOE (s.f.), Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos. Recuperado 10 febrero 2022 desde BOE <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2001-81549>

# **CAPÍTULO III: LA PROTECCIÓN DEL DISEÑO DE MODA MEDIANTE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL**

## **1. La propiedad industrial aplicada al diseño de moda**

La propiedad industrial tiene un peso muy importante dentro de la Industria de la moda, especialmente en lo que refiere a los aspectos legales que la afectan. Gracias a la misma, se obtienen unos derechos en exclusiva sobre determinadas creaciones que se protegen como verdaderos derechos de propiedad.

A pesar de que en el presente capítulo lo que se tratará a fondo será la protección jurídica por la vía de la propiedad industrial del diseño de moda en sí, estos derechos pueden ser reflejados mediante Patentes y Modelos, regulados en la Ley 24/2015 de 24 de julio, de Patentes<sup>21</sup> (En adelante, Ley 24/2015), mediante Marcas y signos distintivos, reguladas en la Ley 20/2001 de 7 de diciembre de Marcas (En adelante, Ley 20/2001)<sup>22</sup>, mediante Diseños Industriales registrados, regulados en la Ley 20/2003, y finalmente mediante topografías de semiconductores, regulados en la Ley 11/1988, de 3 de mayo, de protección jurídica de las topografías de productos semiconductores (En adelante, Ley 11/1998)<sup>23</sup>, aunque este último no se tratará en el presente trabajo por no ser relevante en el caso de los diseños de moda.

Además, cabe tener en cuenta que los derechos de propiedad industrial son activos intangibles, que pueden comercializarse como cualquier otro bien físico mediante licencias, compraventas, hipotecas, etc. Y a su vez, permiten a sus titulares emprender acciones legales contra copias o falsificaciones no autorizadas de sus diseños.

---

<sup>21</sup> BOE (2015), Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes. Recuperado 20 febrero 2022 desde BOE <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-8328>

<sup>22</sup> BOE (2001), Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. Recuperado 20 febrero 2022 desde BOE <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2001-23093>

<sup>23</sup> BOE (2010), Ley 11/1988, de 3 de mayo, de Protección Jurídica de las topografías de los productos semiconductores. Recuperado 20 febrero 2022 desde BOE <https://www.boe.es/eli/es/l/1988/05/03/11/con>

## **2. La protección jurídica del diseño de moda por la propiedad industrial**

### *2.1. El diseño de moda registrado*

Cada vez es más habitual que las empresas protejan sus diseños de moda, especialmente por la vía de la propiedad industrial, por ser esta la menos estricta en cuanto a los requisitos para otorgar la protección de los diseños a sus creadores.

La legislación establece que el diseño industrial registrado protegerá la apariencia de la totalidad o de una parte de un producto, que se derive de las características de, en particular, las líneas, contornos, colores, forma, textura o materiales del producto en sí o de su ornamentación, tal y como afirma el artículo 3 del Reglamento (CE) N.º 6/2002.

En cuanto a los requisitos de protección de los diseños registrados, estos serán los previstos en el artículo 4 y 5 al igual que para el caso de los diseños no registrados, que se trate de un diseño novedoso y singular. La diferencia principal que presenta el diseño registrado respecto del que no lo está es la relativa al tiempo de protección otorgado, en este caso, el tiempo de protección es mucho mayor, será protegido hasta 5 años desde la fecha de presentación de la solicitud renovables por períodos de 5 años sucesivos hasta un máximo de 25, lo que hace que, en la mayoría de casos, la protección otorgada por la ley sea superior al tiempo de vida del diseño en el mercado.

La principal ventaja de registrar un diseño de moda es la protección frente a copias de terceros. Asimismo, es importante destacar que tanto la Ley 20/2003 como el Reglamento N.º 6/2002 permiten presentar solicitudes múltiples de registro de diseños. En España se pueden presentar hasta cincuenta dentro de la misma solicitud, aunque esta deberá cumplir los requisitos de presentación establecidos en el Reglamento de ejecución.

Cuando una empresa decide registrar un diseño, dependiendo del tipo de empresa que pretenda comercializarlo se le presentarán tres diferentes vías de protección atendiendo a su dimensión territorial.

La protección más sencilla, sería la que se otorga solamente a nivel nacional, y como se expuso anteriormente es otorgada bajo la Ley 20/2003, por la Oficina Española de Patentes y Marcas (En adelante, OEPM). Esta suele ser a la que recurren los diseñadores nacionales con comercialización de sus diseños solamente dentro de España.

En cambio, en el caso de que la empresa tenga una visión de comercializar sus diseños más allá de nuestras fronteras nacionales puede que le sea más conveniente presentar una solicitud de diseño comunitario registrado, que con un solo registro abarca todos los países que actualmente conforman la Unión Europea. En este caso, la solicitud puede presentarse ante la OEPM para que de su traslado a la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea (En adelante, EUIPO), con sede en Alicante, mediante el pago de la tasa correspondiente.

La última opción, para aquellas empresas con visión internacional, como serían reconocidas empresas de gran prestigio y lujo, como Louis Vuitton o Hermès, consistiría en obtener una protección para sus diseños a través de un sistema de registro internacional, al que podrían acceder aquellos países que están integrados en el arreglo de la Haya relativo al registro internacional de dibujos y modelos industriales (En adelante, Arreglo de la Haya)<sup>24</sup>.

Este arreglo brinda la posibilidad a los diseñadores y empresarios de proteger sus diseños y modelos industriales en varias partes contratantes con la presentación de una única solicitud internacional ante la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (En adelante, OMPI), que se encuentra en Ginebra (Suiza).

El derecho a presentar una solicitud internacional en virtud del Arreglo de la Haya, es para las personas físicas y jurídicas que tengan un establecimiento industrial o comercial real y efectivo o un domicilio en alguna de las partes contratantes en el Arreglo de la Haya, o que sean nacionales de una de esas partes contratantes o de un Estado miembro de una organización intergubernamental que sea parte contratante, de acuerdo con el artículo 3 del mismo.

Los tres sistemas (nacional, comunitario e internacional), admiten solicitudes múltiples. Como ya se señaló anteriormente, el diseño español puede incluir hasta 50 diseños en una misma solicitud. En el caso del diseño comunitario no existe límite alguno, y en el caso del diseño internacional, se pueden admitir hasta 100 diseños en una misma solicitud múltiple.

---

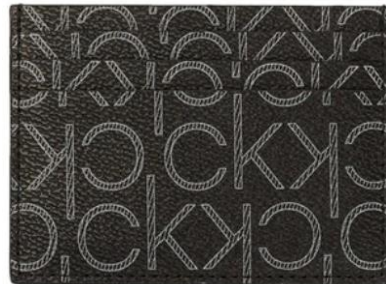
<sup>24</sup> BOE (1999), Instrumento de Ratificación del Acta de Ginebra del Arreglo de La Haya relativo al Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales y Reglamento del Acta de Ginebra, hecha en Ginebra el 2 de julio de 1999. Recuperado 23 febrero 2022 desde BOE <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-22784>

Por último, cabe destacar, que a pesar de que un diseño haya sido protegido por su autor por alguno de los tres sistemas mencionados, resulta bastante habitual que en el mercado aparezcan imitadores que lanzan copias más o menos similares del mismo, incluso llegando en ocasiones los propios imitadores a obtener un registro de los diseños copiados, especialmente en los casos en que el diseñador original no realizó registro alguno de su diseño.

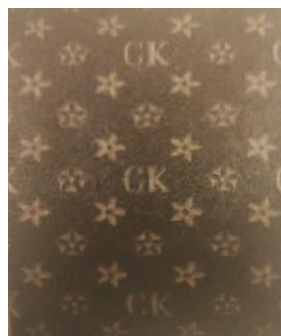
Un caso curioso de intento de imitación o copia, lo constituyó el diseño comunitario 00359724-0001 (aplicable como estampado a prendas de vestir, accesorios, etc.) Este diseño tenía como objeto la combinación de los elementos característicos de las marcas de la Unión Europea Louis Vuitton (15602) y Calvin Klein (66753), protegidas por sus creadores anteriormente. En este caso, ambas empresas responsables de estas reconocidas marcas presentaron de manera conjunta una solicitud de declaración de nulidad ante la EUIPO contra dicho diseño, consiguiendo que el mismo fuera finalmente anulado.<sup>25</sup>



Ejemplo estampado Louis Vuitton



Ejemplo estampado Calvin Klein



Diseño comunitario 00359724-0001

---

<sup>25</sup> ORTEGA BURGOS (2020), pág. 107.

## 2.2. *El diseño de moda no registrado*

En España, tal y como establece la Ley 20/2003, de 7 de julio, de protección jurídica del Diseño Industrial en su disposición adicional octava relativa al diseño no registrado, será la OEPM la que adoptará las medidas necesarias para la difusión y conocimiento de los medios legales de protección del diseño no registrado que fue reconocido e introducido a nivel comunitario por El Reglamento (CE) N.º 6/2002.

Las empresas de moda, pueden optar por registrar sus diseños o por ampararse en la protección que le confiere el diseño comunitario no registrado, la cual es especialmente útil en el sector de la moda ya que la mayoría de esas creaciones “tienen una vida comercial muy breve, por lo que requieren protección sin necesidad de cumplir los lentos trámites de registro, y para los que la duración de dicha protección tiene una importancia menor”.<sup>26</sup>

El diseño no registrado tiene una protección comunitaria específica frente a los actos de explotación no autorizada de las copias del diseño, y su duración tal y como se establece en el artículo 11 del mencionado reglamento, será de tres años a partir de la fecha en que se haya hecho accesible al público por primera vez en la Unión Europea, se trata de una protección vinculada a su divulgación.

Los presupuestos para que se puedan proteger estos diseños se encuentran en los artículos 5 y 6 del Reglamento y son dos, en primer lugar, que tengan novedad, es decir, que previamente no se haya hecho ningún diseño idéntico público, y en segundo, que tengan carácter singular, es decir, que la impresión que den al público sea diferente de la impresión general que daría cualquier diseño común.

El hecho de que multitud de diseños no estén registrados, se ha traducido en varias disputas judiciales por plagio o copia de los mismos, y eso ha generado muchas resoluciones por parte de la EUIPO y por parte de los Tribunales de la Unión Europea.

---

<sup>26</sup> GUÍAS JURÍDICAS (s. f.) Concepto de diseño industrial. Recuperado 02 marzo 2022, desde [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUmJEwsjtbLUouLM\\_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUtckhlQaptWmJOcSoAmH7KAjUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAAAAAAAAEAMtMSbF1jTAAAUmJEwsjtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUtckhlQaptWmJOcSoAmH7KAjUAAAA=WKE)

Una de las controversias más destacables en este caso, devenga en la Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Segunda), de 19 de junio de 2014, en el asunto C-345/13.<sup>27</sup> Este caso enfrentó a Karen Millen Fashion, empresa dedicada a la fabricación y venta de prendas, y la sociedad de ventas al por menor irlandesa Dunnes.

El caso fue que K.M. Fashion diseñó una blusa a rayas en versión azul, la cual fue comercializada en Irlanda en el año 2005, la misma fue copiada y comercializada posteriormente por Dunnes. En la siguiente imagen se puede observar la gran similitud entre ambas:



Camisa KMF

Camisa Dunnes

En los tribunales los abogados de Dunnes no negaron la copia del modelo, ya que se vieron con el derecho de copiarlo alegando que a la creación de K.M. Fashion le faltaba uno de los dos requisitos indispensables para que se le otorgara la protección automática al no estar registrada, puesto que, en su opinión, la camisa carecía de carácter singular en sus características puesto que sus líneas, colores, medidas, etc. No generaban una impresión diferente en el público al poderlos encontrar en otras colecciones de camisas.

Finalmente, el Tribunal de Justicia de la Unión Europea defendió en el fallo que no cabía esa disección de las características de un diseño para determinar su carácter singular y concluyó que, para determinar la singularidad de la camisa de Karen Millen, Dunnes debía identificar un diseño anterior en el que concurrieran conjuntamente todas las

---

<sup>27</sup> EUR-LEX (2014). Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Segunda) de 19 de junio de 2014, Recuperado 02 marzo 2022 desde, <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A62013CJ0345>

características que hacían singular la camisa en cuestión, sin poderlas encontrar de forma aislada en otras colecciones.

La resolución de este caso fortaleció la figura del diseño no registrado comunitario y sirvió como fuente jurisprudencial para multitud de diseñadores que pasaron y pasan por situaciones de plagio parecidas.<sup>28</sup>

### **3. Otras formas de protección que otorga la propiedad industrial**

#### *3.1. Protección mediante las marcas*

Tal y como refleja el artículo 4 de la Ley 20/2001, podrán constituir marcas todos los signos que sirvan para distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa de los de otras empresas, y puedan ser representados en el Registro de Marcas de forma que permitan determinar el objeto claro y preciso de la protección otorgada a su titular.

La obtención de la protección por la propiedad industrial de una marca se obtiene mediante el registro de la misma, y es muy importante que esto se lleve a cabo tan pronto se haya creado y decidido lanzarla al mercado, porque el mero uso de la marca no hace nacer un derecho de este tipo sobre esta. Solo nacerá cuando el creador de la marca ya haya solicitado su registro, cuando podrá presentar oposiciones a solicitudes de marcas presentadas posteriormente que pudieran ser idénticas o similares a la suya.

La función principal de la marca, es la de identificar la procedencia empresarial de unos determinados productos y servicios que se ofrecen en el mercado, de otros que comercializa la competencia, y al mismo tiempo permitir que el consumidor pueda, a través de su percepción, diferenciar de forma clara e inequívoca el origen de un producto de otros.

En la sentencia del TJUE de 23 de mayo de 1978, en el caso “Hoffman-La Roche”<sup>29</sup>, se menciona en este sentido que, la garantía de procedencia de la marca, sirve para que el consumidor final pueda estar seguro de que el producto que se les ofrece no ha sido objeto anteriormente de una intervención realizada por un tercero sin la autorización de su titular, que haya afectado al estado original del producto.

---

<sup>28</sup> ORTEGA BURGOS (2020), pág. 104

<sup>29</sup> EUR-LEX (1978). Sentencia del Tribunal de Justicia de 23 de mayo de 1978, Recuperado 07 marzo 2022 desde <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A61977CJ0102>

Las marcas pueden llegar a ser muy valiosas y hay que cuidarlas porque con el tiempo, y dependiendo del esfuerzo de sus creadores el destino de una marca puede ser muy diferente, en ocasiones pueden acabar dando una imagen de mucho prestigio o bien acabar en el olvido de los consumidores. Es decir, junto a la función principal de identificación y diferenciación respecto a la competencia, se encuentra la función reputacional, porque es la marca la que transmite el prestigio o *goodwill* empresarial.

Por último, cabe mencionar que las marcas españolas y las marcas de la UE se conceden por un plazo de diez años siendo prorrogables indefinidamente por períodos sucesivos de diez años más.



MUE n.º 014273304



MUE n.º 000112755

### 3.2. *Protección mediante las patentes*

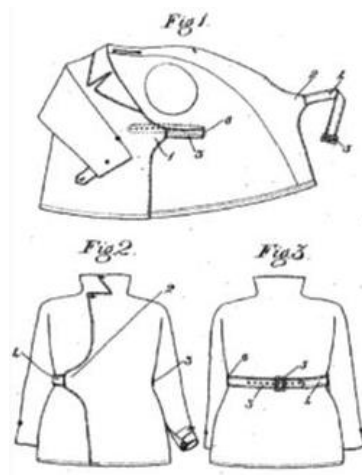
Las patentes son menos habituales que las marcas y los diseños, pero no significa que sean menos importantes. La OEPM define la patente como: “Título que reconoce el derecho de explotar en exclusiva la invención patentada, impidiendo a otros su fabricación, venta o utilización sin consentimiento del titular.” Es principalmente “el derecho de excluir a otros” de la fabricación, utilización o introducción del producto o procedimiento en el comercio. Se regulan en la Ley 24/2015.

Para que un diseño de moda fuera patentable debía cumplir con tres requisitos específicos: que se tratara de un diseño novedoso, es decir, no accesible al público con anterioridad, que contenga una actividad inventiva y que tenga aplicación industrial.

La patente es un derecho exclusivo que se concede a su titular y que le confiere derechos que le permitirán utilizar y explotar su invención y al mismo tiempo impedir que terceros la utilicen sin su consentimiento, durante un periodo de hasta 20 años. Durante este

periodo se impide temporalmente a otros la fabricación, venta o utilización comercial de la invención protegida.

Uno de los casos más conocidos dentro de la industria de la moda y pionero relativo a la patentabilidad de sus diseños fue la de la firma Burberry, de Thomas Burberry que patentó en 1888 su famoso tejido impermeable al que denominó “gabardina” tal y como se conoce hoy en día. Esto le permitió su uso exclusivo hasta 1917. Posteriormente también patentó una correa que servía para ajustar dicha gabardina.<sup>30</sup>



Diseño GB191221716

---

<sup>30</sup> ORTEGA BURGOS (2020), pág. 130

## **CAPÍTULO IV: EL INCUMPLIMIENTO DE LOS DERECHOS DE PROPIEDAD INTELECTUAL E INDUSTRIAL DE LOS DISEÑOS DE MODA.**

### **1. Formas de incumplimiento**

Actualmente, existen varias formas de incumplir las normas de protección de los diseños de moda, especialmente de aquellos diseños de lujo con un alto valor y coste para el consumidor.

Hay que distinguir entre los tres diferentes medios más conocidos de vulneración de dicha normativa, la falsificación, la imitación y el plagio. En cuanto a este último cabe hacer hincapié en la polémica que conlleva, puesto que en ocasiones es difícil diferenciar cuando nos encontramos ante un plagio o una simple inspiración de otro diseñador.

#### *1.1. Incumplimiento de la protección otorgada mediante el plagio*

Cabe destacar que lo que diferencia el plagio de la imitación o falsificación es que este tiende a llevarse a cabo por parte de otras marcas, en ocasiones reconocidas en el mercado, y que, además, no solamente suele afectar a aquellos diseños de lujo muy valorados, sino que pequeñas marcas son las que sufren habitualmente esa forma de vulneración de sus derechos de propiedad industrial e intelectual que tienen adquiridos sobre sus creaciones de moda.

La complicación se presenta cuando debemos diferenciar jurídicamente si se trata de un plagio o de una simple inspiración, y para ello, deberemos atender a cada caso concreto. Como afirmó la directora del Instituto Español de Derecho en la Moda<sup>31</sup> “Para que una prenda se considere un plagio de otra debe demostrarse ante un tribunal especializado que guardan ciertas similitudes entre ellas. Pero, si un experto percibe siete diferencias entre la prenda denunciada y la original la ley no lo considerará plagio”.<sup>32</sup> Eso conlleva, que algunas firmas se apropien de un diseño y realizan pequeñas modificaciones en el diseño

---

<sup>31</sup> Cargo ostentado por la Sra. Antonella DiCampo

<sup>32</sup> LA VANGUARDIA (2018). La norma no escrita de la moda que esconde el plagio como inspiración. Recuperado 20 marzo 2022, desde <https://www.lavanguardia.com/de-moda/20180706/444187008597/moda-plagio-lowcost-siete-diferencias.html>

apropiado para evitar la denuncia y que sea considerado una simple inspiración del diseño original en más de un plagio.

Es por ello que podríamos considerar la inspiración, como una forma de camuflar el plagio para así aprovecharse de un diseño ajeno sin ser castigado por ello, ya que, por los motivos expuestos, suele ser muy complicado ganar batallas legales por plagio porque a menos que el mismo sea muy evidente, se suelen encontrar las suficientes diferencias entre ambos para que se considere como simple inspiración.

A continuación, se expondrá un claro ejemplo de la mano de la marca francesa Christian Louboutin que demuestra la dificultad de ganar una batalla legal por plagio a otra marca.

En 2008 la empresa Christian Louboutin denunció a la marca española Zara por comercializar un diseño similar a su famoso modelo “Yo Yo”. La denuncia fue interpuesta alegando plagio o copia y competencia desleal al contener el diseño de Zara la famosa suela roja de la adversa, sobre la que se presentará otro caso a continuación. Además, los zapatos de Zara al no ser esta una firma considerada de lujo, se vendían a un precio muy inferior a los de Louboutin.

Tras varios años de juicio, Zara resultó victorioso cuando la Corte de Casación de París en su decisión de 22 de junio de 2011<sup>33</sup> consideró que la marca de Christian Louboutin no tenía ningún derecho de propiedad que hiciera referencia de color Pantone para dicha suela roja en zapatos de tacón, alegando a su vez ,que por lo demás no había lugar a posibles confusiones entre ambos zapatos obligando a Louboutin a pagar 2.500 euros en compensación del daño causado a Zara.



Modelo de zara, a la izquierda, y el de Louboutin, a la derecha.

---

<sup>33</sup> Sentencia de la Corte de Casación de París de 22 de junio de 2011, número de registro 09/00405

Tres años después de esta sentencia, concretamente en 2010, Christian Louboutin modificó el registro de su marca aplicando el color rojo ya aplicado a la suela de zapato, a la suela de tacón, concretamente el Pantone 18 1663TP, para así evitar futuros problemas legales como el que se presenta a continuación.

Un año después, Yves Saint Laurent, otra marca conocida de lujo lanzó una colección de zapatos monocromos muy parecidos a los que comercializaba Louboutin que, además, uno de ellos era completamente rojo incluida la suela, y eso comportó que Christian Louboutin emprendiera acciones legales contra Yves por competencia desleal y en este caso, también por infracción de marca registrada.

Tras una principal denegación del requerimiento judicial preliminar basándose en que un color no podía utilizarse como marca por parte de la *District Court* de Manhattan, Louboutin apeló ante la Corte de Apelaciones de los Estados Unidos<sup>34</sup> obteniendo como respuesta el reconocimiento del carácter distintivo de su suela roja, adquirido a través de su uso continuado y del contraste de la misma con el resto del zapato, con esta argumentación, quedaron exceptuados los casos en los que haya monocromía y no existiera dicho contraste, como era el caso del zapato de Saint Lauren.

Lo que es interesante destacar de este caso en cuanto a cuándo se puede considerar plagio o imitación es que el tribunal le reconoció a Louboutin el derecho sobre la suela roja en los zapatos cuando esta contrastara con el resto del zapato, con lo que demostró que el grado de dificultad de ganar una batalla legal por plagio disminuiría en los casos en los que lo plagiado fuera anteriormente reconocido legalmente como propio y registrado por la marca que lo sufriera.



Zapatos Christian Louboutin a la izquierda, y zapato Yves Saint Lauren a la derecha.

---

<sup>34</sup> Sentencia de la Corte de apelaciones de Estados Unidos de 5 de septiembre de 2012, expediente número 11-3303-CV

## 1.2 Incumplimiento de la protección otorgada mediante la falsificación e imitación

En primer lugar, cabe diferenciar un concepto de otro. Mientras que en la imitación se copian algunos elementos del diseño original o protegido con la idea de confundir al consumidor, la falsificación es “la reproducción de la marca con sus características específicas o esenciales, de manera tal que el consumidor piensa que el producto adquirido es el original del titular de la marca”.<sup>35</sup>

A diferencia de los casos de copia o plagio, las imitaciones y falsificaciones suelen producirse respecto de marcas de lujo, ya que esto resulta muy atractivo para aquellos consumidores que no pueden permitirse pagar el alto precio de los diseños de estas marcas y optan por adquirir unos muy parecidos por un precio muy inferior. Una de las marcas más imitadas y falsificadas del mundo, es la conocida Louis Vuitton, en la mayoría de mercadillos de las ciudades españolas podemos encontrar sus bolsos por 20 o 40 euros, y la mayoría a simple vista idénticos a los originales, aunque si los analizas con detenimiento se puede observar la baja calidad de los materiales o las imperfectas costuras.



Fuente: WikiHow, cómo identificar bolsos Louis Vuitton falsos

Como consecuencia de lo anterior, en nuestro país e incluso en el mundo entero la lucha contra las falsificaciones se ha incrementado exponencialmente en la última década ya que, según datos oficiales en España, las pérdidas anuales debidas a las falsificaciones e imitaciones ascienden a 6.700 millones de euros<sup>36</sup>, aunque es cierto que esto no supone

<sup>35</sup> R.A.E. (s. f.). *Falsificación*. Recuperado 22 marzo 2022, desde <https://dle.rae.es/falsificación>

<sup>36</sup> ElEconomista (2019). Las falsificaciones generan en España 6.700 millones de pérdidas al año. Recuperado 22 marzo 2022, desde <https://www.eleconomista.es/empresas-finanzas/noticias/9925613/06/19/Las-falsificaciones-generan-en-Espana-6700-millones-de-perdidas-al-ano.html>

pérdidas directas para la marca infringida ya que se dirigen a públicos diferentes, es decir, una persona que compra una imitación lo hace porque no puede permitirse formar parte del sector de clientes que adquieren el producto auténtico, generalmente por no pertenecer a ese estatus social, y es por ello que estas marcas de lujo no solían invertir su tiempo y dinero en interponer demandas contra quienes se dedican a falsificar e imitar sus diseños.

Recientemente este hecho ha ido cambiando y estos individuos están agotando la paciencia de los reconocidos diseñadores, en parte, gracias al gran auge del e-commerce, ya que lo que antes se vendía en mercadillos, especialmente mediante la práctica del *top manta*<sup>37</sup> por personas de bajos recursos que las adquirirían a proveedores externos y las revendían por un precio superior, ahora se comercializan a nivel global a través de empresas que igualan en ingresos a otras grandes multinacionales.

Estaríamos hablando del caso de Alibaba, la compañía de venta online más grande del mundo, fundada en 1999 por el hombre más rico actualmente de China, país de donde provienen la mayor parte de las falsificaciones, acumulando más del 86% de los artículos falsificados a nivel mundial.<sup>38</sup>

Este hecho llevó a que el grupo francés Kering propietario de marcas como Gucci o Yves Saint Laurent, emprendiera nuevamente acciones legales contra Alibaba al afirmar y demostrar que estos vendían a través del comercio online falsificaciones, bien es cierto que no directamente, ya que quienes las venden utilizando esta página, son vendedores externos, pero de algún modo u otro Alibaba lo permitía, pese a haber prometido en el 2014 con la primera demanda que Kering les interpuso establecer un control en la venta de dichas falsificaciones.

Finalmente, tal y como publicó el grupo Kering en su página oficial<sup>39</sup>, consiguió llegar a un acuerdo con Alibaba en fecha 3 de agosto de 2017 para proteger juntos los derechos de propiedad intelectual de los diseños comercializados y emprender acciones conjuntas

---

<sup>37</sup> El top manta es una modalidad de venta ambulante ilegal de copias de música, películas, artículos de moda, perfumes, etc. realizada por parte de personas que no cuentan con los permisos para hacerlo, además de vender productos de imitación, robados, de dudosa seguridad, etc.

<sup>38</sup> EL PAÍS (2018). China lucha contra las falsificaciones (pero a los europeos nos encantan). Recuperado 22 marzo 2022 desde [https://elpais.com/retina/2018/08/15/tendencias/1534328538\\_643567.html](https://elpais.com/retina/2018/08/15/tendencias/1534328538_643567.html)

<sup>39</sup> KERING (2017). Kering et alibaba group conviennent de coopérer en matière de protection et d'application des droits de propriété intellectuelle. Recuperado 22 marzo 2022 desde <https://keringcorporate.dam.kering.com/m/0aca933b68b12c58/original/Kering-et-Alibaba-Group-convient-de-cooperer-en-matiere-de-protection-et-d-application-des-droits-de-proprietee-intellectuelle.pdf>

contra los infractores de estos derechos, ambos se comprometieron a colaborar plenamente, intercambiar información útil y trabajar con los organismos encargados de hacer cumplir la ley en este sentido.

## **2. Acciones a ejercitar en caso de violación de los derechos de propiedad intelectual en los diseños de moda y consecuencias**

### *2.1. Acciones y consecuencias civiles por la LPI*

El utilizar un diseño de moda protegido mediante la propiedad intelectual sin la autorización del titular de dicha protección puede suponer un impacto negativo para la industria y para el propio diseño protegido y su diseñador. Es por eso, que la LPI prevé mecanismos de defensa ante estas situaciones en el Libro III relativo a la protección de los derechos reconocidos en esta Ley.

La vulneración de derechos de propiedad intelectual, tanto en el ámbito físico como en internet, constituye un ilícito civil, y permite la interposición de la correspondiente demanda con el fin especialmente de indemnizar el daño causado.

Tal y como estipula el artículo 138 de la LPI el titular de los derechos podrá en primer lugar instar al cese de la actividad ilícita del infractor y exigir la indemnización de los daños materiales y morales causados que se prevén en los artículos 139 y 140 de la LPI.

El cese de la actividad infractora consistirá en la suspensión de la explotación o actividad infractora, la prohibición al infractor de reanudar la explotación o actividad infractora, la retirada de los ejemplares ilícitos y su destrucción, y la de los utensilios utilizados para su fabricación y distribución, etc.

La indemnización por daños y perjuicios debida al titular del derecho infringido comprenderá no sólo el valor de la pérdida que haya sufrido, sino también el de la ganancia que haya dejado de obtener a causa de la violación de su derecho.

Además, tal y como estipula el artículo 141 de la LPI relativo a las Medidas Cautelares, estas se podrán adoptar en caso de infracción o cuando exista temor racional y fundado de que ésta va a producirse de modo inminente, y estas consistirán en la intervención y el depósito de los ingresos obtenidos por la actividad ilícita de que se trate, la suspensión de

la actividad de reproducción, distribución y comunicación pública, según proceda, o de cualquier otra actividad que constituya una infracción.

## 2.2. *Consecuencias penales*

En los supuestos más graves, la vulneración de los derechos de propiedad intelectual, está tipificada como delito en los artículos 270, 271 y 272 del Código Penal (En adelante, CP),<sup>40</sup> castigándose con penas de prisión y multa. Concretamente, en el Título XIII que hace referencia a los “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”, del CP.

Con la modificación del CP a través de la Ley Orgánica 1/2015 de 30 de marzo<sup>41</sup> se incorporan importantes novedades y cambios en lo que refiere a los delitos contra la propiedad intelectual e industrial.

Las penas que interpone el CP para los delitos que atenten contra la propiedad intelectual son generalmente más altas que para los que atenten contra la propiedad industrial. El CP establece en su artículo 270 una pena de prisión de seis meses a cuatro años y multa de doce a veinticuatro meses para el que, con ánimo de obtener un beneficio económico directo o indirecto y en perjuicio de tercero, reproduzca, plagie [...] una obra o prestación literaria, artística o científica sin la autorización de los titulares de los correspondientes derechos de propiedad intelectual o de sus cesionarios.

También se prevé una pena agravada de prisión de dos a seis años, multa de dieciocho a treinta y seis meses e inhabilitación especial para el ejercicio de la profesión relacionada con el delito cometido, por un período de dos a cinco años, en el artículo 271 del CP para el caso en el que el beneficio obtenido o que se hubiera podido obtener posea especial trascendencia económica, que los hechos revistan especial gravedad, cuando el culpable perteneciera a una organización o asociación o cuando se utilice a menores de 18 años para cometer el delito.

---

<sup>40</sup> BOE (2022), Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. Recuperado 16 marzo 2022 desde BOE <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1995-25444>

<sup>41</sup> BOE (2015) Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, por la que se modifica la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. Recuperado 16 marzo 2022 dese BOE [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-3439](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-3439)

Al igual que en los casos de delitos de la propiedad industrial, se establece una pena rebajada de 6 meses a 2 años y multa o trabajos en beneficio de la comunidad para el caso de la venta ambulante u ocasional de productos con marcas falsificadas o imitadas, más conocido como "top manta". Esto puede deberse a que, en la mayoría de estos casos, tal y como afirmó la Audiencia Provincial de Barcelona en la Sentencia de 14 de diciembre de 2018<sup>42</sup>, no puede resultar acreditada la concurrencia de confusión de identidad o gran similitud entre el producto original y su reproducción, algo que no ocurre cuando se trata de una mera falsificación. Además, añadió que las empresas que de algún modo ven sus productos falsificados, no se ven afectadas en el sentido de que el público que accede a sus productos originales en el mercado de lujo, nada tiene que ver con quienes se acercan a comprar a las mantas extendidas en el metro o en las calles de la ciudad, que en ningún caso son, ni remotamente, potencial clientela para las dichas marcas.»

A continuación, sería interesante resaltar la respuesta dada por la Audiencia provincial de Barcelona en fecha 11 de febrero de 2020<sup>43</sup> en desestimación de la apelación interpuesta contra la Sentencia dictada a 2 de octubre de 2019 por el Juzgado de lo Penal núm. 27 de Barcelona en el que se probó que la acusada en su local tenía preparados una serie de artículos en los que se reproducen en parte los diseños o dibujos estampados en varias colecciones de la marca Desigual, que tienen carácter de obra artística por reunir los requisitos de innovación, creatividad y originalidad y que por tanto son acreedores de los derechos propios del derecho de autor. Todo ello con la finalidad de venderlos en el mercado.

Por todo ello, en este caso el juez fallo que se debía condenar a la acusada por un delito contra la propiedad intelectual y absolverla del delito contra la propiedad industrial, a pesar de que los bienes jurídicos infringidos eran, por un lado, el derecho patrimonial del autor sobre la explotación de su obra y por otro el derecho de explotación en exclusiva de la marca propio de la propiedad industrial. Fue motivado principalmente, en base a que el titular de los derechos de explotación de los dibujos que utiliza el grupo Desigual optó por su protección a través de los derechos de autor y no de los derechos de propiedad

---

<sup>42</sup> VLEX (2018). Sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona de 14 de diciembre de 2018 96/2005 de 18 de marzo de 2022 desde <https://app.vlex.com/#vid/759228077>

<sup>43</sup> CENDOJ (2020). Sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona 118/2020 de 11 de febrero de 2020 (recurso 6/2020), Recuperado 18 de marzo 2022 desde <https://www.poderjudicial.es/search/documento/AN/9104386/Reincidencia/20200430>

industrial y no constaba el signo distintivo consistente en la obra artística total o parcialmente reproducida inscrito en el Registro de Patentes y Marcas.

Además, de todo proceso penal, se suele derivar una responsabilidad civil, la cual podríamos definir como la obligación que tiene el autor de un delito o falta de reparar económicamente los daños y perjuicios causados o derivados de su infracción.

En esta materia hay que atender en primer lugar a lo dispuesto por el artículo 272.1 del CP que nos remite a la LPI para la determinación de la extensión de la responsabilidad civil, el artículo 140 de esta, concretamente el primer párrafo establece que “el perjudicado podrá optar, como indemnización, entre el beneficio que hubiere obtenido presumiblemente, de no mediar la utilización ilícita, o la remuneración que hubiera percibido de haber autorizado la explotación”.

En este sentido, en la sentencia 128/2018, Audiencia Provincial de Burgos, Sección 1, Rec 39/2018 de 23 de Marzo de 2018,<sup>44</sup> en relación con la responsabilidad civil suscitada, la Audiencia expone que en este caso el acusado poseía los efectos intervenidos en un almacén de su propiedad, pero no se había objetivado perjuicio económico concreto derivado de la venta de dichos efectos, por lo que no cabía responsabilidad civil ya que no es suficiente a estos efectos el potencial beneficio económico que pudiese obtener derivado de la futura venta de los efectos incautados, sin que ésta se hubiere ya producido. Tal y como se afirma, se considera la conducta de almacenamiento como una tentativa o acto preparatorio ya que el delito aún no se había llegado a cometer, por tanto, no se encontraba lesión alguna del derecho de propiedad industrial, ni perjuicio económico indemnizable real y efectivo.

### **3. Acciones a ejercitar en caso de violación de los derechos de propiedad industrial en los diseños de moda y consecuencias**

#### *3.1. Acciones y consecuencias civiles por la Ley 20/2003*

La Ley 20/2003 prevé en el capítulo II las acciones a ejercer en caso de violación del diseño registrado, concretamente en los artículos 52 a 57.

---

<sup>44</sup> Iberley (2018).) Sentencia de la Audiencia Provincial de Burgos 128/2018, Sección 1 de 23 de marzo de 2018 (recurso 39/2018), Recuperado 21 de marzo 2022 desde <https://www.iberley.es/jurisprudencia/sentencia-penal-n-128-2018-ap-burgos-sec-1-rec-39-2018-23-03-2018-47869851>

En primer lugar, el artículo 52 otorga al titular de los derechos reconocidos en esta ley la posibilidad de ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones civiles que correspondan contra quienes lesionen su derecho, y el artículo 53 nos indica que estas podrán ser varias.

El titular podrá reclamar por vía civil la cesación de los actos que violen su derecho y la correspondiente indemnización de los daños y perjuicios sufridos. Además, podrá pedir que se adopten las medidas necesarias para evitar que prosiga la actividad infractora, y en caso de que la misma consista en comercializar productos protegidos sin el consentimiento de su titular, se podrá solicitar que los mismos sean retirados del tráfico económico y que sean embargados o destruidos.

En este caso, tal y como nos indica el artículo 55 relativo al cálculo de los daños y perjuicios e indemnizaciones coercitivas: “La indemnización de daños y perjuicios comprenderá no sólo las pérdidas sufridas, sino también las ganancias dejadas de obtener por el titular del diseño a causa de la violación de su derecho.”

Finalmente, se deberá tener en cuenta lo dispuesto en el artículo 57, ya que las acciones civiles derivadas de la violación del derecho sobre el diseño registrado prescriben a los cinco años contados desde el día en que pudieron ejercitarse.

### *3.2. Consecuencias penales*

Tal y como reconoce el artículo 52 de la Ley 20/2003 el titular de los derechos reconocidos en esta ley también podrá ejercitar ante los órganos jurisdiccionales las acciones penales que correspondan contra quienes lesionen su derecho.

En el caso de los delitos relativos a la propiedad industrial se diferencian las penas según sea una patente, una marca o un diseño que esté protegido. En el caso de los diseños de moda, al igual que en las patentes el art. 273 del CP nos indica que se castigará con la pena de prisión de seis meses a dos años y multa de 12 a 24 meses el que, con fines industriales o comerciales, sin consentimiento del titular de una patente o modelo de utilidad y con conocimiento de su registro, fabrique, importe, posea, utilice, ofrezca o introduzca en el comercio objetos amparados por tales derechos.

En el caso de las marcas, las penas son aún superiores tal y como nos indica el mismo artículo.

Igual que en el caso de los delitos que atenten contra la propiedad intelectual, el art. 276 del CP contiene el tipo agravado con penas y condiciones idénticas a las previstas para aquellos.

#### **4. Medidas de prevención**

Por suerte, a pesar del nivel de complicación que existe a la hora de luchar contra la comercialización de falsificaciones online, como la mayoría llegan a la unión europea y a nuestro país a través de la frontera al ser fabricadas normalmente en países externos, contamos con unas medidas preventivas en la frontera contra esta problemática.

Se trata de llevar a cabo unas medidas de vigilancia por parte de las autoridades aduaneras con tal de garantizar el respeto a los derechos de propiedad industrial e intelectual, reguladas actualmente por el Reglamento (UE) núm. 608/2013<sup>45</sup>, desarrollado por el Reglamento de ejecución núm. 1352/2013<sup>46</sup>. En el ámbito español se encuentra regulado en la Orden EHA/2343/2006, de 3 de julio,<sup>47</sup> relativa a la intervención de las autoridades aduaneras en los casos de declaración de mercancías sospechosas de vulnerar derechos de propiedad intelectual.

El mencionado Reglamento determina las condiciones y procedimientos de intervención de las autoridades aduaneras en relación con mercancías sospechosas de vulnerar un derecho de propiedad intelectual que estén o deban estar, bajo vigilancia aduanera o sujeta a control aduanero dentro del territorio aduanero de la Unión –art.1.1–.

Cuando se detecta una posible falsificación en frontera, en primer lugar se llevan a cabo unos procedimientos de retención por parte del “Servicio de Vigilancia Aduanera” (En adelante, SVA) perteneciente a la Agencia Tributaria y por parte del “Servicio Fiscal”, concretamente, la sección especializada de la Guardia Civil para el Resguardo

---

<sup>45</sup> BOE (2013), Reglamento (UE) n° 608/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de junio de 2013, relativo a la vigilancia por parte de las autoridades aduaneras del respeto de los derechos de propiedad intelectual y por el que se deroga el Reglamento (CE) n° 1383/2003 del Consejo. Recuperado 29 marzo 2022, desde <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2013-81294>

<sup>46</sup> BOE (2013), Reglamento de Ejecución (UE) n° 1352/2013 de la Comisión de 4 de diciembre de 2013 por el que se establecen los formularios previstos en el Reglamento (UE) no 608/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la vigilancia por parte de las autoridades aduaneras del respeto de los derechos de propiedad intelectual. Recuperado 29 marzo 2022, desde <https://www.boe.es/doue/2013/341/L00010-00031.pdf>

<sup>47</sup> BOE (2006), Orden EHA/2343/2006, de 3 de julio, relativa a la intervención de las autoridades aduaneras en los casos de declaración de mercancías sospechosas de vulnerar derechos de propiedad intelectual. Recuperado 29 marzo 2022 desde [https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2006-13013](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2006-13013)

Fiscal, quienes elaboran filtros para determinar qué mercancías son sospechosas de vulnerar derechos contra la propiedad intelectual o industrial. Las mercancías son posteriormente inspeccionadas por las Unidades de Análisis de Riesgo (En adelante, UAR), que son compuestas por autoridades aduaneras de la Agencia Tributaria y por oficiales de la Guardia Civil y de detectarse una posible falsificación se informa a los interesados y se comunica al titular del derecho protegido. Entonces el titular que dispone de la concesión de la solicitud de intervención puede reconocer como suya en diez días hábiles la mercancía de considerarla auténtica, o de no ser así, se estimará el consentimiento para proceder a la destrucción de la mercancía dando por supuesto que las mismas atentan contra sus derechos.

Posteriormente, el titular del derecho protegido y vulnerado podrá iniciar un procedimiento legal mediante la presentación de una denuncia en el Juzgado correspondiente.

## CONCLUSIONES FINALES

**Primera.** La industria de la moda es una industria muy cambiante en la que los consumidores adquieren un papel relevante, ya que son los que deciden el rumbo de la moda en cada temporada y al mismo tiempo, son los que permiten que esta industria mueva billones de euros al año, pero, sin embargo, son los diseñadores los que hacen posible mediante su ingenio y originalidad que esto ocurra.

**Segunda.** Para dotar de seguridad esta industria tanto interna como externamente es muy importante que la misma cuente con una adecuada regulación, especialmente para evitar que aquellas empresas y diseñadores que con su esfuerzo han conseguido adquirir un papel relevante dentro de este mundo tan competitivo, vean su trabajo desprestigiado por las falsificaciones que puedan aparecer de sus diseños o, vean que otros sin ese ingenio se puedan aprovechar de sus creaciones reduciendo la rentabilidad y prestigio de su empresa. Esto ha sido posible gracias a la constante y necesaria evolución del derecho, y al surgimiento de nuevas corrientes, como el ya conocido *Fashion Law* que, como se ha visto, abarca todo lo relacionado con la protección jurídica de la moda y sus diseños.

**Tercera.** Actualmente esta industria cuenta con dos tipos de protecciones muy concretas, una para aquellos diseños que pueden ser considerados incluso obras de arte, dada por la ley de la propiedad intelectual que aporta una gran protección a sus diseñadores y es muy ventajosa, aunque en mi opinión un poco exigente, ya que a la práctica pocos diseños acaban pudiendo ser protegidos por los derechos de autor, y los que lo consiguen no suelen ser diseños muy comerciales lo que se traduce en un riesgo inferior de ser copiados, pero por otro lado, el valor de estos diseños suele ser muy superior, por lo que es importante que igualmente sean protegidos.

En cambio, en cuanto a la protección otorgada por la propiedad industrial, cabe resaltar su utilidad a la hora de proteger un diseño nuevo destinado al comercio, porque la protección otorgada, dura lo suficiente como para cubrir la vida del diseño en el mercado y luego se puede ampliar en caso de querer volverlo a utilizar en temporadas posteriores, aunque no es lo más frecuente. Además, la protección otorgada por la propiedad industrial a los diseños de moda no es tan exigente en cuanto a sus requisitos.

**Cuarta.** Se destaca la figura del diseño comunitario no registrado ya que permite una protección automática para los diseños comunitarios que cumplan ciertos requisitos,

aunque de forma más limitada y por tiempo inferior, pero sin tener que recurrir a procesos de inscripción en registros oficiales, como suele ser el caso de aquellos diseñadores o marcas que sacan colecciones nuevas varias veces por semana y que por falta de tiempo no suelen registrar sus diseños. Esta figura puede serles de gran utilidad en caso de que una de las piezas que lancen a la venta se convierta en tendencia y otras marcas o diseñadores se quieran aprovechar copiando el diseño e incluso registrándolo como propio.

**Quinta.** Teniendo en consideración ambas figuras, creo que los diseñadores tienen un amplio margen a la hora de decidir cómo proteger sus diseños y tienen herramientas para hacerlo, aunque pienso que con la relevancia que ha ido adquiriendo el sector de la moda, debería de haber en algún momento una unificación de la legislación que conseguiría darle a la industria de la moda el lugar que se merece dentro del derecho, y que además, facilitaría a las millones de personas que se dedican a este sector la toma de decisiones y la comprensión de la normativa existente sin la necesidad de tener que consultar diferentes leyes en las que se regulan los diferentes aspectos jurídicos que se deben conocer cuando te encuentras dentro de este mundo.

Creo que solo de ese modo se podrían superar las lagunas legales que existen y que a su vez permiten que, a pesar de contar con un diseño protegido, el mismo se pueda comercializar y registrar por parte de otra empresa realizándole a penas cinco mínimas modificaciones, o que permiten que a través de internet grandes empresas multinacionales que cuentan con la venta de terceros, puedan llegar a distribuir falsificaciones de otras marcas por todo el mundo sin apenas recibir un castigo por ello.

**Sexta.** Es por todo lo expuesto, que a pesar de que considero que actualmente el mundo de la moda cuenta con una aceptable regulación, la misma aún puede ser mejorada en muchos aspectos y lugares, especialmente en España, en donde esta regulación aún tiene por delante un amplio margen de mejora y especialización respecto de otros países europeos como Francia o Italia que al ser consideradas capitales de la moda mundial le dan más importancia a la regulación de este sector que nosotros, lo cual considero un grave error teniendo en cuenta que en nuestro país miles de personas dependen del mismo.

**Séptima.** Por último, destacar la importancia de contar con una buena regulación en este sector, en el sentido de que en el hipotético caso de que los diseñadores no pudieran ver sus diseños bien protegidos, por falta de conocimiento o medios, la consecuencia sería

sin duda alguna, un gran aumento de la piratería que llevaría a una reducción considerable de los ingresos de la empresa afectada, impidiendo que esta pudiera invertir en un futuro en crear más moda de calidad, y lo que se acabaría consiguiendo sería una industria llena de materiales de mala calidad y sin originalidad ya que no serviría de nada el ingenio de uno, si después miles se pueden aprovechar sin consecuencias y sin esfuerzo. Además, muchas personas que dependen del sector podrían incluso perder su empleo y verse sumergidos en una grave crisis económica.

## BIBLIOGRAFÍA

- BERCOVITZ RODRÍGUEZ-CANO, Rodrigo (2019); *Manual de Propiedad Intelectual*; Tirant lo Blanch, Valencia 7º edición.
- CARBAJO CASCÓN, Fernando. (2012), *La protección del diseño industrial por la vía del derecho de autor. Concepto y régimen jurídico del diseño artístico, en El diseño comunitario, Estudios sobre el reglamento CE núm. 6/2002*, Aranzadi, San Sebastián.
- ESTEVE PARDO, M<sup>a</sup> Asunción (2009), *Propiedad Intelectual (Doctrina, Jurisprudencia, Esquemas y Formularios)*, Tirant lo Blanch, Valencia.
- FURI-PERRY, Úrsula. (2014), *The Little Book of Fashion Law*, American Bar Association. Nueva York
- KOLSUN, Bárbara y JIMÉNEZ, Guillermo (2009), *Fashion Law: A guide for designers, Fashion executives and attorneys*, Fairchild Books, Nueva York
- MIGUEL ASENSIO, Pedro Alberto (2008), *Derechos de Propiedad Industrial, Intelectual y de la competencia*, Marcial Pons, Madrid
- ORTEGA BURGOS, Enrique (2020). *Fashion Law (Derecho de la Moda)*, Thomson Reuters Aranzadi, Pamplona 2ª edición.

## **JURISPRUDENCIA**

### INTERNACIONAL

- Sentencia de la Corte de apelaciones de Estados Unidos de 5 de septiembre de 2012, expediente número 11-3303-CV, Christian Louboutin contra Yves Saint Lauren.

### COMUNITARIA

- Sentencia del Tribunal de Justicia de 23 de mayo de 1978, Asunto 102/77, Hoffmann-La Roche & Co. AG contra Centrafarm Vertriebsgesellschaft Pharmazeutischer Erzeugnisse mbH.
- Sentencia de la Corte de Casación de París de 22 de junio de 2011, número de registro 09/00405, Christian Louboutin contra ZARA.
- Sentencia del Tribunal de Justicia (Sala Segunda) de 19 de junio de 2014, Asunto C-345/13, Karen Millen Fashions Ltd contra Dunnes Stores y Dunnes Stores (Limerick) Ltd.
- Sentencia del Tribunal de justicia de la Unión Europea (Sala Tercera), de 12 de septiembre de 2019, asunto C-683/17, Cofemel contra G-Star.

### ESTATAL

- Sentencia de la Audiencia Provincial de Madrid 96/2005 de 17 de febrero de 2005.
- Sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona de 14 de diciembre de 2018 96/2005 de 17 de febrero de 2005 (recurso 16/2018)
- Sentencia de la Audiencia Provincial de Burgos 128/2018, Sección 1 de 23 de Marzo de 2018 (recurso 39/2018)
- Sentencia de la Audiencia Provincial de Barcelona 118/2020 de 11 de febrero de 2020 (recurso 6/2020)

## **NORMATIVA**

### INTERNACIONAL

- Convenio de Berna para la protección de las obras literarias y artísticas, del 9 de septiembre de 1886, revisado en Berlín el 13 de noviembre de 1908 y en Roma el 2 de junio de 1928 (Gaceta de Madrid, núm. 115, de 25 de abril de 1933, páginas 618 a 623) <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-1933-41613>> [Consultado: 10 febrero 2022]
- Instrumento de Ratificación del Acta de Ginebra del Arreglo de La Haya relativo al Registro Internacional de Dibujos y Modelos Industriales y Reglamento del Acta de Ginebra, hecha en Ginebra el 2 de julio de 1999. (BOE núm. 297, de 12 de diciembre de 2003, páginas 44222 a 44244) <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2003-22784>> [Consultado: 23 febrero 2022]

### COMUNITARIA

- Directiva 98/71/CE del Parlamento Europeo y del Consejo de 13 de octubre de 1998 sobre la protección jurídica de los dibujos y modelos. (Diario Oficial n° L 289 de 28/10/1998 p. 0028 – 0035) <<https://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=CELEX%3A31998L0071>> [Consultado: 25 enero 2022]
- Directiva 2001/29/CE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de mayo de 2001, relativa a la armonización de determinados aspectos de los derechos. (DOCE núm. 167, de 22 de junio de 2001, páginas 10 a 19) <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2001-81549>> [Consultado: 10 febrero 2022]
- REGLAMENTO (CE) N° 6/2002 DEL CONSEJO de 12 de diciembre de 2001 sobre los dibujos y modelos comunitarios. (Diario Oficial CE n° L 3 de 5.1.2002, p. 1) <Reglamento (CE) no 6/2002 del Consejo (europa.eu)> [Consultado: 27 enero 2022]
- Orden EHA/2343/2006, de 3 de julio, relativa a la intervención de las autoridades aduaneras en los casos de declaración de mercancías sospechosas de vulnerar derechos de propiedad intelectual. (BOE núm. 171, de 19 de julio de 2006, páginas

27153 a 27154) <[https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2006-13013](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2006-13013)>  
[Consultado: 29 marzo 2022]

- Reglamento (UE) nº 608/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, de 12 de junio de 2013, relativo a la vigilancia por parte de las autoridades aduaneras del respeto de los derechos de propiedad intelectual y por el que se deroga el Reglamento (CE) nº 1383/2003 del Consejo. (DOUE núm. 181, de 29 de junio de 2013, páginas 15 a 34) < <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=DOUE-L-2013-81294>> [Consultado: 29 marzo 2022]
- REGLAMENTO DE EJECUCIÓN (UE) No 1352/2013 DE LA COMISIÓN de 4 de diciembre de 2013 por el que se establecen los formularios previstos en el Reglamento (UE) no 608/2013 del Parlamento Europeo y del Consejo, relativo a la vigilancia por parte de las autoridades aduaneras del respeto de los derechos de propiedad intelectual. (DOUE núm. 341, de 18 de diciembre de 2013, páginas 10 a 31) <<https://www.boe.es/doue/2013/341/L00010-00031.pdf>> [Consultado: 29 marzo 2022]

## ESTATAL

- Ley 11/1988, de 3 de mayo, de Protección Jurídica de las topografías de los productos semiconductores. (BOE núm. 108, de 5 de mayo de 1988, páginas 13669 a 13671) <<https://www.boe.es/eli/es/l/1988/05/03/11/con>> [Consultado: 20 febrero 2022]
- Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. (BOE núm. 281, de 24 de noviembre de 1995, páginas 33987 a 34058) <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1995-25444>> [Consultado: 16 marzo 2022]
- Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Propiedad Intelectual, regularizando, aclarando y armonizando las disposiciones legales vigentes sobre la materia. (BOE núm. 97, de 22 de abril de 1996, páginas 14369 a 14396) <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1996-8930>> [Consultado: 9 febrero 2022]

- Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas. (BOE núm. 294, de 8 de diciembre de 2001, páginas 45579 a 45603) < <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2001-23093>> [Consultado: 20 febrero 2022]
- Ley 20/2003, de 7 de julio, de Protección Jurídica del Diseño Industrial. (BOE núm. 162, de 08/07/2003, págs. 26348 a 26368). <<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2003-13615>> [Consultado: 25 enero 2022]
- Ley Orgánica 1/2015, de 30 de marzo, por la que se modifica la Ley Orgánica 10/1995, de 23 de noviembre, del Código Penal. (BOE núm. 77, de 31 de marzo de 2015, páginas 27061 a 27176) <[https://www.boe.es/diario\\_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-3439](https://www.boe.es/diario_boe/txt.php?id=BOE-A-2015-3439)> [Consultado: 16 marzo 2022]
- Ley 24/2015, de 24 de julio, de Patentes. (BOE núm. 177, de 25 de julio de 2015, páginas 62765 a 62854) <<https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2015-8328>> [Consultado: 20 febrero 2022]

## WEBGRAFÍA

- EL ECONOMISTA (2019). *Las falsificaciones generan en España 6.700 millones de pérdidas al año.* Recuperado 22 marzo 2022, desde <https://www.economista.es/empresas-finanzas/noticias/9925613/06/19/Las-falsificaciones-generan-en-Espana-6700-millones-de-perdidas-al-ano.html>
- EL PAÍS (2018). *China lucha contra las falsificaciones (pero a los europeos nos encantan).* Recuperado 22 marzo 2022 desde [https://elpais.com/retina/2018/08/15/tendencias/1534328538\\_643567.html](https://elpais.com/retina/2018/08/15/tendencias/1534328538_643567.html)
- FASHION UNITED (2022). *Estadísticas del sector de la moda en España.* Recuperado 25 enero 2022 desde <https://fashionunited.es/statistics/estadisticas-de-consumo-y-ventas-de-la-moda-en-espana>
- FREE CONTENT (2020). *Industria de la moda: ¿qué es, ¿cómo funciona y cuánto dinero genera.* Recuperado 25 enero 2022, desde <https://www.ipp.edu.pe/blog/industria-de-la-moda-2/>
- GUÍAS JURÍDICAS (s. f.) *Concepto de diseño industrial.* Recuperado 02 marzo 2022, desde [https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAAUMjEwsjtbLUouLM\\_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAmH7KAjUAAAA=WKE](https://guiasjuridicas.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx?params=H4sIAAA AAAAEAMtMSbF1jTAAAUMjEwsjtbLUouLM_DxbIwMDCwNzAwuQQGZapUt-ckhlQaptWmJOcSoAmH7KAjUAAAA=WKE)
- KERING (2017). *Kering et alibaba group conviennent de coopérer en matière de protection et d'application des droits de propriété intellectuelle.* Recuperado 22 marzo 2022 desde <https://keringcorporate.dam.kering.com/m/0aca933b68b12c58/original/Kering-et-Alibaba-Group-conviennent-de-cooperer-en-matiere-de-protection-et-d-application-des-droits-de-propriete-intellectuelle.pdf>
- LA VANGUARDIA (2018). *La norma no escrita de la moda que esconde el plagio como inspiración.* Recuperado 20 marzo 2022, desde <https://www.lavanguardia.com/de-moda/20180706/444187008597/moda-plagio-lowcost-siete-diferencias.html>
- R.A.E. (s. f.). *Falsificación.* Recuperado 22 marzo 2022, desde <https://dle.rae.es/falsificación>
- R.A.E. (s. f.). *Moda.* Recuperado 24 enero 2022, desde <https://dle.rae.es/moda>

- R.A.E. (s. f.). *Plagio*. Recuperado 27 enero 2022, desde <https://dle.rae.es/plagio>