

- CASO HIPOTÉTICO - COMPETENCIA DE MEDIACIÓN DE PROPIEDAD INTELECTUAL

Centro de Mediación y Conciliación del Registro de la Propiedad Intelectual

1. La ciudad de Saint-Meran es la capital del Estado de Montecristo cuyo territorio se encuentra conformado por un archipiélago de siete islas ubicado en el Océano Atlántico. Cuenta con una rica cultura, única en el mundo, gracias a su larga tradición en la gastronomía y la música. La gastronomía de Saint-Meran consiste, en su mayoría, de diversos pescados y mariscos complementados con salsas elaboradas a base de vegetales endémicos del archipiélago.
2. ANTES DANTES, SOCIEDAD ANÓNIMA (ANTES DANTES) es una prestigiosa cadena de restaurantes que operan bajo el nombre comercial "D-ANTES" en Saint-Meran. Dicha cadena de restaurantes se especializa en gastronomía local. Fue fundada en 2015 por el chef Luis Dantes, el cual, es considerado toda una figura pública en la región de las islas. Críticos, a lo largo de los años, han considerado sus platillos como "de los mejores a lo largo del Océano Atlántico".
3. Sin embargo, Luis Dantés también es conocido en la industria musical, gracias a su gran talento en la creación, arreglo y composición de letras, canciones y melodías de inspiración folclóricas y culturales (para ser ejecutadas especialmente en instrumentos tradicionales de Saint-Meran). El catálogo de obras de su autoría incluye un gran número de canciones ya lanzadas, como la icónica "Amor de Oglassa", o sus muy pegajosos jingles publicitarios "¿Cansado de la ensalada y el mismo cuento? En D-ANTES te espera un camarón contento" o "No te hagas el loco, un buen marisco te arregla el coco" los cuales han sido empleados en campañas de comunicación y publicidad en los restaurantes "D-ANTES"; y, también, comprende un considerable número de composiciones, arreglos y partituras inéditas.
4. La música antes mencionada ha ayudado a posicionar a D-ANTES como uno de los negocios más reconocidos y concurridos de Saint-Meran. La imagen de Dantés es tan popular en la ciudad que la administración decidió incorporar su imagen estilizada como logo oficial de los restaurantes.
5. En 2024, con la intención de expandirse, se formuló un plan de negocios para la cadena D-ANTES con el fin de tener presencia en otras cuatro ciudades aledañas a través del otorgamiento de diversas franquicias a favor de empresarios o inversores proactivos e interesados en la cocina de autor. Ello estaría acompañado del lanzamiento de una extensa campaña publicitaria, diseñada por los propios empresarios, pero pagada por la propietaria de los restaurantes a fin de alcanzar al público objetivo pertinente y generar una expectativa suficiente. Para ello, como primer paso, se elaboró un contrato modelo que contemplaba aspectos relacionados a la franquicia (extractos relevantes de dicho contrato se encuentran en el Anexo I del Caso Hipotético).
6. Entre los distintos empresarios interesados en la franquicia se encontraba el señor Gerardo Villefort, socio fundador y actual presidente del Consejo de Administración SERVICIOS GASTRONÓMICOS MONDEGO, SOCIEDAD ANÓNIMA ("MONDEGO"). Gerardo Villefort es conocido en la industria de restauración como una figura atípica y extravagante, por su incorporación de estrategias de negocio poco convencionales pero exitosas.
7. Con fecha 14 de abril de 2025, el señor Dantés y el señor Villefort, en representación de sus respectivas sociedades, suscribieron contrato de franquicia (sobre la base del Anexo I del Caso Hipotético). Por medio del mismo, ANTES DANTES transferiría los conocimientos técnicos y operativos a favor de MONDEGO, para que este último pusiera en funcionamiento el restaurante "D-ANTES" en la ciudad vecina de Danglars. Para ello, MONDEGO se comprometería a realizar una extensa campaña de publicidad, con por lo menos noventa días de anticipación a la apertura del primer restaurante.
8. Al día siguiente de la suscripción del contrato, MONDEGO, por medio de la dirección de Villefort, inició las gestiones necesarias para la campaña publicitaria. Para el 28 de abril, ya contaban con el material necesario para su lanzamiento. El 12 de mayo, se lanzó oficialmente la campaña publicitaria, tanto en medios digitales (redes sociales,

página web y otros) como en medios tradicionales (televisión, periódicos y radio). MONDEGO nunca informó ni compartió la estrategia de marketing ni el contenido publicitario de la campaña con ANTES DANTES, sus directivos o con el señor Dantes, al considerar que eso postergaría su lanzamiento, tomando la decisión de financiarla con recursos propios y luego “hacer números” con la franquiciante para su reembolso.

9. El contenido de la campaña publicitaria de MONDEGO fue bastante disruptivo ya que se lanzaron reels y videoclips con un nuevo jingle denominado “¿Si tu estómago te hace desplantes?, ven al nuevo D-antes” cuya letra y melodía fue creada mediante una herramienta de Inteligencia Artificial Generativa (IAGen) que utilizó como base y directriz las obras musicales del señor Dantes, y, además, replicó casi a la perfección la propia voz del señor Dantés.

10. En una segunda fase de la campaña, MONDEGO lanzó otros comerciales y “short videos” en redes sociales con el ya famoso jingle “No te hagas el loco, un buen marisco te arregla el coco” en una versión remix interpretada con instrumentos modernos y con variantes sustanciales a la letra original.

11. En términos generales la campaña publicitaria cumplió su objetivo. En las redes sociales de MONDEGO, sus publicaciones contabilizaban más de tres millones de reacciones y/o visualizaciones, al alza. En la misma línea, los anuncios de televisión y radio tuvieron espacios privilegiados en programas con audiencias multitudinarias.

12. Según información proporcionada por MONDEGO, en Danglars las reservaciones de comensales abarcan hasta el mes de marzo del año 2026, tomando en cuenta que la apertura del restaurante está contemplada para principios de septiembre de 2025. Lo cual es un indicio que existe mucha expectativa por el lanzamiento de D-ANTES.

13. Sin embargo, del lado de ANTES DANTES la campaña publicitaria lanzada por MONDEGO fue considerada como una campaña poco profesional, porque no reflejaba los estándares de prestigio y calidad de los restaurantes y porque infringía la valiosa propiedad intelectual de la sociedad. En primer lugar, ANTES DANTES jamás autorizó que MONDEGO utilizara las canciones y la voz del señor Dantes para el entrenamiento de la IAGen y la creación sintética de un nuevo jingle. En segundo término, MONDEGO no informó sobre sus planes de campaña publicitaria para obtener el visto bueno y el financiamiento. En tercer lugar, MONDEGO no efectuó pago alguno a ANTES DANTES por el uso de la obra ni realizó pago alguno por la versión remix del jingle. Y finalmente, MONDEGO dañó el prestigio y la trayectoria del señor Dantes al distorsionar y ridiculizar con ritmos modernos la cancioncilla famosa de D-ANTES.

14. Por ello, el 26 de mayo el señor Dantés personalmente envió al señor Villefort una nota pidiéndole explicaciones con relación a los jingles utilizados por MONDEGO en la campaña publicitaria lanzada en Danglars. Indicándole que “estos representaban no sólo un claro irrespeto a calidad de autor y artista, sino, además, constituyen una clara infracción a los derechos patrimoniales de ANTES DANTES por lo que deberán pagar una compensación económica por ello, o en su defecto, proceder al retiro inmediato de todo el contenido multimedia en donde aparezcan esos jingles”; haciendo hincapié en que “el tipo de conductas anteriormente descritas constituyen una clara contravención a la franquicia”.

15. Atónito por la nota recibida y su contenido, el señor Villefort –sin consultar con sus equipos de legal y comercial– ese mismo día envió una nota al señor Dantés en el sentido que “el primer jingle es tan original como los jingles que usted ha creado, por lo que no se le debe nada, ya que pertenece a MONDEGO”; y en cuanto a la versión remix del otro jingle indicó: “lo invito a leer nuevamente el contrato suscrito entre las partes”, negándose a pagar cantidad alguna por el supuesto uso no autorizado y la acusación de distorsionar la versión original del jingle. Al final de la misiva, Villefort sentenció: “Y si de dinero se trata, en todo caso ANTES DANTES es quien debe de pagarle dinero a MONDEGO por los gastos incurridos en la campaña publicitaria”.

16. En los días posteriores ambos representantes legales y sus respectivos colaboradores sostuvieron llamadas tensas. Asimismo, se reunieron con el propósito de buscar una salida provechosa para ambas partes; sin embargo, lejos de llegar a un arreglo directo, tanto una parte como la otra lanzaron amenazas y diatribas de dar por terminado



Ministerio de
Economía



REGISTRO DE
LA PROPIEDAD
INTELLECTUAL
GUATEMALA



el contrato de franquicia y reclamar compensaciones millonarias. La situación ha ido escalando convirtiéndose en un auténtico preludio de una guerra sin cuartel.

17. Derivado de las respectivas intenciones de ambas partes de finalizar unilateralmente y de forma anticipada el contrato de franquicia, es importante mencionar que el contrato estipula una cláusula escalonada, con la obligación de entrar, en primer término, en negociaciones directas entre las partes y, en caso de que fracasar, de someter la controversia a la mediación a efecto de procurar una solución amigable. Por ello, MONDEGO y ANTES DANTES, han decidido someterse al proceso de mediación, de conformidad con lo estipulado en el contrato y las Reglas Oficiales de la Competencia de Mediación del Registro de la Propiedad Intelectual de Guatemala.

18. La legislación del Estado de Montecristo -de la cual forman parte Saint-Meran y Danglars- y su moneda, son idénticas a la legislación y la moneda de la República de Guatemala.



ANEXO I - EXTRACTOS DEL CONTRATO DE FRANQUICIA CELEBRADO ENTRE ANTES DANTES Y MONDEGO

(...)

“CLÁUSULA QUINTA: Propiedad Intelectual. El Franquiciante otorga una licencia de uso a favor del Franquiciatario, con respecto a todos los derechos de Propiedad Intelectual del Franquiciante. El alcance de la licencia de uso se encuentra limitado al territorio de la ciudad de Danglars con el fin exclusivo del cumplimiento del Contrato, conforme las cláusulas y contenido del mismo, de sus Anexos, y de la naturaleza jurídica de los contratos de franquicia.”

(...)

“CLÁUSULA NOVENA: Remuneración. El Franquiciante recibirá un 15% de las ganancias netas que el Franquiciatario obtenga a raíz de la operación de la franquicia. El Franquiciatario no podrá, bajo ninguna circunstancia, solicitar una revisión de esta cláusula.”

(...)

“CLÁUSULA DÉCIMO OCTAVA: Campaña publicitaria. El Franquiciatario deberá implementar, dentro de los siguientes noventa días de suscripción del presente contrato, una campaña publicitaria limitada al territorio de Danglars, para efectos de publicitar el o los restaurantes que el Franquiciatario se comprometea abrir. Para el efecto, el Franquiciatario podrá emplear los derechos de propiedad intelectual del Franquiciante. La campaña publicitaria será financiada por el Franquiciante quien, para el efecto, deberá de ser informado sobre el plan de campaña, los costos, el contenido y sus detalles”.

(...)

“CLÁUSULA VIGÉSIMO CUARTA. Solución de controversias. Los contratantes convienen en que toda disputa, controversia o reclamo, que se relacione con la aplicación, interpretación y/o cumplimiento de este contrato, por cualquier causa, deberá resolverse, en primer lugar, mediante arreglo directo entre las partes (...) si dentro del término de 10 días las partes no arribaren a una solución satisfactoria para ambas, las partes se someterán, dentro del plazo máximo de veinte días, a un proceso de Mediación de conformidad con las Reglas Oficiales de la Competencia de Mediación del Registro de la Propiedad Intelectual de Guatemala. Para el efecto, una o ambas Partes podrán presentar la respectiva solicitud de mediación al Centro ...”.