

Registro: 2004431

Localización: 10a. Época, T.C.C., S.J.F. y su Gaceta, Libro XXIV, Septiembre de 2013, Tomo 3, p. 2503, [A], Administrativa, Número de tesis: I.1o.A.13 A (10a.)

CONFUSIÓN DE MARCAS. PARA VERIFICAR SI SE ACTUALIZA LA PROHIBICIÓN DE REGISTRO PREVISTA EN EL ARTÍCULO 90, FRACCIÓN XVI, DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, LA AUTORIDAD ADMINISTRATIVA O JURISDICCIONAL QUE CONOZCA DEL ASUNTO DEBE CONSIDERAR QUE, ANTE UNA MAYOR SEMEJANZA DE SIGNOS, LA DIFERENCIA ENTRE LOS PRODUCTOS O SERVICIOS QUE SE PRETENDEN AMPARAR DEBE SER MÁS SIGNIFICATIVA. De la interpretación del artículo 90, fracción XVI, de la Ley de la Propiedad Industrial se desprende que dos marcas pueden coexistir en el mercado si amparan productos o servicios similares, pero son distintas, o bien, si siendo idénticas o parecidas en grado de confusión, son aplicadas a productos o servicios notoriamente diversos. En otras palabras, se debe advertir cierta correlación entre el parecido entre marcas y la similitud de productos o servicios, de suerte que, mientras más se distancian las áreas comerciales de dos signos aparentemente iguales, más se diluye la posibilidad de confusión por parte del público consumidor, puesto que, si bien pueden ser incluso idénticas las figuras o fonemas que los componen, si el segmento de mercado es sustancialmente distinto, difícilmente existirá confusión sobre el origen comercial de los bienes comercializados bajo esa marca. Por ello, entre más parecidos sean los signos, más diferencia debe existir entre los productos o servicios a los que se apliquen.

PRIMER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 605/2013. Almacenadora San Marcos, S.A. de C.V. 8 de agosto de 2013. Unanimidad de votos. Ponente: Joel Carranco Zúñiga. Secretario: Agustín Gaspar Buenrostro Massieu.