

Registro: 2014376

Localización: [TA]; 10a. Época; T.C.C.; Gaceta S.J.F.; Libro 42, Mayo de 2017; Tomo III; Pág. 2005, Número de tesis: I.3o.A.25 A (10a.)

MARCAS. CARACTERÍSTICAS DE SU FUNCIÓN DISTINTIVA. La función social de las marcas las caracteriza como los instrumentos de identificación de los bienes y servicios; como el vehículo para el desarrollo de la competencia y del ejercicio de elección de los consumidores de los productos y servicios a partir de su carácter distintivo. Esta función, analizada a partir de una concepción dual, no sólo del titular del registro, sino del propio consumidor, revela la necesidad del uso del signo para que, a partir de la identificación de los productos y servicios, se lleve a cabo la contienda económica dentro de un mercado de competencia legal, permitiendo la identificación de los bienes a través del uso de las marcas registradas. De este modo, el uso de las marcas se convierte en un elemento indispensable para el debido desarrollo del mercado, y garantiza que los signos tengan efectividad en su función distintiva para la elección de los productos que amparen; en el entendido de que, ante la omisión de su uso, se permite su registro por otro competidor comercial.

TERCER TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 742/2015. 3 de marzo de 2016. Mayoría de votos. Disidente: Jorge Ojeda Velázquez. Ponente: Miguel de Jesús Alvarado Esquivel. Secretaria: Yadira Elizabeth Medina Alcántara.

Esta tesis se publicó el viernes 26 de mayo de 2017 a las 10:31 horas en el Semanario Judicial de la Federación.