

Registro: 161565

Localización: 9a. Época, T.C.C., S.J.F. y su Gaceta, Tomo XXXIV, Julio de 2011, p. 1820, [J], Administrativa, Número de tesis: I.4o.A. J/101

MARCAS. PARA SU ESTUDIO ES NECESARIO ATENDER A SUS DIFERENCIAS Y SEMEJANZAS. Para que se considere que una marca utilizada por una empresa causa o induce al público consumidor a confusión, engaño o error, porque éste pueda pensar que los productos que ampara se expenden bajo autorización o licencia de un tercero que es titular de otra coincidente en algunos aspectos, es necesario que se haga un estudio integral de ambas marcas, tomadas en su conjunto, pero no sólo destacando sus diferencias, sino también atendiendo a sus semejanzas, pues es precisamente en este punto donde puede presentarse la confusión, al establecerse una conexión mental.

CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo en revisión 2514/92. Transmisiones y Seguridad, S.A. de C.V. 17 de febrero de 1993. Unanimidad de votos. Ponente: Jaime C. Ramos Carreón. Secretaria: Mayra Villafuerte Coello.

Amparo directo 239/2007. Arturo Feldman Stark. 24 de octubre de 2007. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Mayra Susana Martínez López.

Amparo directo 238/2008. Pepsico, Inc. 15 de octubre de 2008. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza.

Amparo directo 324/2008. Arturo Delgado Ramírez. 14 de enero de 2009. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Alma Flores Rodríguez.

Amparo directo 78/2010. Montes y Compañía, S.A. de C.V. 20 de mayo de 2010. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Alma Flores Rodríguez.