

Registro: 2001374

Localización: 10a. Época, T.C.C., S.J.F. y su Gaceta, Libro XI, Agosto de 2012, Tomo 2, p. 1807, [A], Administrativa, Número de tesis: I.8o.A.19 A (10a.)

**MARCAS. SUS FUNCIONES Y CRITERIOS DE ANÁLISIS PARA DETERMINAR SU SEMEJANZA EN GRADO DE CONFUSIÓN.** Para determinar si existe semejanza en grado de confusión entre dos marcas, no sólo deben considerarse las funciones de éstas, que de acuerdo con la jurisprudencia y la doctrina son, principalmente, las siguientes: de distinción, que permite diferenciar un producto de otro del mismo género; de protección, que protege al público de usurpadoras; de garantía de calidad, pues califica el producto con ciertos atributos, y de propaganda, pues vincula al consumidor con el titular, generando para éste los beneficios de su actividad, sino también diversos criterios para el análisis correspondiente, entre otros: 1. La apreciación global del signo; 2. La imagen imperfecta derivada de su apreciación global; 3. La noción de consumidor relevante; 4. La ponderación de los aspectos visual, auditivo y conceptual de los signos en conflicto; 5. La similitud derivada de que el elemento dominante esté o no presente en ambos signos; 6. La relevancia de la parte inicial de los signos nominativos; 7. Las diferencias conceptuales neutralizantes; 8. Las combinaciones de letras; y, 9. Los grados de confusión o vinculación que pueden establecerse.

OCTAVO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 658/2011. Moisés Harari Sacal. 31 de enero de 2012. Unanimidad de votos. Ponente: Adriana Leticia Campuzano Gallegos. Secretario: Víctor Aguirre Montoya.