

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.