

Registro: 2001439

Localización: 10a. Época, T.C.C., S.J.F. y su Gaceta, Libro XI, Agosto de 2012, Tomo 2, p. 1939, [A], Administrativa, Número de tesis: I.4o.A.15 A (10a.)

PROPIEDAD INDUSTRIAL. CARACTERÍSTICAS Y FINALIDAD DE LA PROHIBICIÓN DE REGISTRO DE UNA MARCA QUE INDIQUE LA DENOMINACIÓN GEOGRÁFICA, CONTENIDA EN LA FRACCIÓN X DEL ARTÍCULO 90 DE LA LEY RELATIVA.

La fracción X del artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial dispone que no serán registrables como marca las denominaciones geográficas, propias o comunes, los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos cuando indiquen la procedencia de los productos o servicios y puedan originar confusión o error en cuanto a su origen, entendiéndose por denominación geográfica el nombre de una región o área geográfica delimitada del territorio nacional, amén de ser una connotación geográfica general y pública, de la cual no puede alguien apropiarse. En este contexto, la prohibición regulada en el citado precepto debe entenderse dirigida a los casos en que la indicación del lugar de procedencia del producto o servicio pueda originar confusión o error por no corresponder al lugar de origen de los productos o servicios, lo que puede derivar en un engaño para el público, pues está condicionada a que el lugar de procedencia de "las denominaciones geográficas, propias o comunes y los mapas, así como los gentilicios, nombres y adjetivos", se caracterice por la producción del producto o servicio a registrar. Consecuentemente, serán registrables las marcas si el lugar del que derivan no se caracteriza por producir el producto o servicio que pretende ampararse, ya que no existirá confusión en el público consumidor, al no ser característicos de ese espacio geográfico. Además, el fin que se persigue es evitar la monopolización del nombre habitual del producto o servicio que pretende protegerse, pues considerar lo contrario implicaría que se pudieran sustraer del lenguaje comercial y publicitario términos que todos los productores y comerciantes tienen derecho a utilizar en el etiquetado y publicidad de sus productos o servicios; por tanto, su razón legal es evitar la competencia desleal, para lo cual debe analizarse la falta de carácter distintivo de la marca por proporcionar al público información de sus propiedades y características, y la necesidad de mantenerlos libremente disponibles, a fin de que puedan ser utilizados por quienes operen en el correspondiente sector del mercado.

CUARTO TRIBUNAL COLEGIADO EN MATERIA ADMINISTRATIVA DEL PRIMER CIRCUITO.

Amparo directo 41/2012. José Luis Evia Góngora. 26 de abril de 2012. Unanimidad de votos. Ponente: Jesús Antonio Nazar Sevilla. Secretaria: Angela Alvarado Morales.