

A continuación encontrará algunas tesis relevantes que sobre las marcas se han publicado en el Semanario Judicial de la Federación. Se dividen en tres temas fundamentales sobre las marcas: registro, nulidad e infracción.

REGISTRO.

MARCAS. FACTORES QUE DEBEN CONSIDERARSE AL ANALIZAR SU SIMILITUD, EN RELACIÓN CON EL RIESGO DE CONFUSIÓN. Al analizar la similitud entre una marca que pretende registrarse y otra registrada, en relación con el riesgo de confusión, deben considerarse algunos factores, como son el conocimiento de ésta en el mercado, la asociación que pueda hacerse entre ellas y el grado de similitud entre los productos o servicios que ambas designan, lo que implica cierta interdependencia entre esos factores. Así, puede ocurrir que un bajo grado de similitud entre los productos o los servicios designados se vea compensado por uno elevado entre las marcas analizadas y a la inversa. Amparo directo 486/2009. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Hernán Alcocer Méndez. 4 de marzo de 2010. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A. J/96, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXIII, febrero de 2011, p. 2127.

MARCAS. SU CLASIFICACIÓN. En términos generales, las marcas se clasifican en: a) Nominativas, es decir, las que permiten identificar un producto mediante una palabra o un conjunto de palabras; éstas deben distinguirse fonéticamente y pueden consistir en nombres propios de las personas físicas, susceptibles de registrarse como marca, siempre que no se confundan con una registrada o un nombre comercial publicado, pudiendo carecer de significado y ser caprichosas o de fantasía, tenerlo y ser sugestivas de la naturaleza y características del producto o servicio o, incluso, resultar arbitrarias; b) Innominadas, son figuras que cumplen con la función de una marca y pueden reconocerse en forma visual pero no fonéticamente, ya que su peculiaridad consiste en ser símbolos, diseños, logotipos o cualquier elemento figurativo que sea distintivo; c) Mixtas, que combinan palabras con elementos figurativos que muestran a la marca como un elemento o como un conjunto distintivo; y, d) Tridimensionales, aquellas que protegen los envoltorios, empaques, envases, la forma o la presentación de los productos en sí mismos, si éstos resultan distintivos de otros de su misma especie o clase. Amparo directo 239/2007. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Arturo Feldman Stark. 24 de octubre de 2007. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Mayra Susana Martínez López. Tesis: I.4o.A. J/91, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, noviembre de 2010, p.1348.

MARCAS. SUS COMPONENTES. Las marcas son bienes inmateriales y sus componentes son: a) productos o servicios con peculiaridades, ventajas o características que los hacen valiosos o famosos en el mercado, cuya titularidad se pretende reivindicar para su explotación mercantil con pretensiones de exclusividad; b) signo distintivo que se asocia como particular y exclusivo, en relación con ese producto o servicio, el cual no tiene que ser necesariamente original o inédito; c) signo -denominativo, gráfico o mixto- que requiere materializarse en un envase, producto o expresión publicitaria, que une psicológicamente a una idea o concepto de un producto o servicio y evoca al consumidor las características, procedencia empresarial, nivel de calidad o reputación; y d) unión o correlación entre producto o servicio y signo que los consumidores captan y retienen en la memoria, que es lo que resulta creativo, atribuible al empresario y es la materia de protección y reivindicación. Por tanto, la marca es el mecanismo que hace posible la identificación y subsiguiente selección de productos o servicios y un instrumento que se usa y contribuye a tabicar mercados, para brindar exclusividad al comerciante que logra acreditar los bienes que oferta como protección y tutela contra la competencia desleal. Amparo directo 486/2009. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Hernán Alcocer Méndez. 4 de marzo de 2010. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A. J/93, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXIII, enero de 2011, p. 2995.

MARCAS. LOS ARTÍCULOS 113, 119 Y 122 DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL NO TRANSGREDEN LA GARANTÍA DE AUDIENCIA PREVIA. El procedimiento de registro marcario establecido en los citados preceptos, tiene por objeto registrar la marca de un tercero una vez que el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial verifique que la solicitud respectiva cumple con los requisitos de forma y fondo previstos en la Ley de la Propiedad Industrial y su reglamento, por lo que no involucra actos privativos para el titular de una marca previamente registrada, ya que no tiene por objeto ni como consecuencia la disminución, menoscabo o supresión del derecho de éste para seguir utilizando esa marca. Por tanto, los artículos 113, 119 y 122 de la Ley de la Propiedad Industrial no transgreden la garantía de audiencia previa contenida en el segundo párrafo del artículo 14 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ya que esta garantía opera solamente en actos de privación de derechos y el procedimiento que se sigue para el registro de una nueva marca no

priva de derecho alguno al titular de una previamente registrada. Amparo directo en revisión 1931/2008. The Coca Cola Company. 18 de febrero de 2009. Cinco votos. Ponente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Secretario: Jorge Luis Revilla de la Torre. Tesis: 1a. CXXXI/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, diciembre de 2010, p. 168.

PROPIEDAD INDUSTRIAL. IMPORTANCIA DEL ISOTIPO EN LA CONFRONTACIÓN DE MARCAS MIXTAS O COMPUESTAS, PARA DETERMINAR SI SON SEMEJANTES EN GRADO DE CONFUSIÓN. La palabra isotipo hace referencia a aquello que es "igual al tipo", por lo que el elemento isotípico se refiere a la parte icónica o más reconocible y fundamental de un diseño de identidad, de ahí que en cualquier bosquejo o proyecto en que aparezca ese componente determinante, automáticamente produzca en la mente del consumidor destinatario la idea de que proviene del titular de una marca con cierto prestigio o reconocida en el ámbito comercial. En ese tenor, cuando se comparan marcas mixtas o compuestas, que se conforman por un elemento denominativo y otro gráfico, debe verificarse en primer término cuál es el componente fundamental o isotipo del diseño, a efecto de determinar qué parámetro es el idóneo para realizar el escrutinio, pues si lo que distingue a la marca es el eslogan o conjunto de letras que forman parte de su diseño, entonces debe realizarse a partir del aspecto fonético, pero si la parte icónica o relevante es la figura del diseño, tendrá que aplicarse principalmente la perspectiva gráfica para determinar si existe la semejanza de mérito. En esa tesitura, si el isotipo de una marca mixta registrada consiste en una imagen o dibujo bien definido, éste no podrá ser utilizado por otro signo marcario que proteja productos o servicios de la misma clase, pues no puede permitirse que otro diseño destinado a operar en el mismo sector comercial se registre utilizando una figura similar, ya que podría generar confusión en los consumidores de esos productos, al inducirlos al error de pensar que provienen de un solo titular, dado que aquéllos únicamente toman en cuenta las similitudes que a "golpe de vista" tengan las figuras, sin particularizar en diferencias que sólo puedan apreciarse con un análisis minucioso y detallado, con lo que se aprovecharía del prestigio que la marca registrada tenga en el sector en que se comercialice. Amparo directo 431/2009. Décimo Quinto Tribunal en materia Administrativa del Primer Circuito. Aloe Vera of América, Inc. 5 de noviembre de 2009. Unanimidad de votos. Ponente: Armando Cortés Galván. Secretario: Gabriel Regis López. Tesis: I.15o.A.151 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, octubre de 2010, p. 3154.

PROPIEDAD INDUSTRIAL. TÉCNICA PARA REALIZAR EL EXAMEN DE NOVEDAD DE LAS MARCAS Y VERIFICAR SI NO SE ACTUALIZA LA PROHIBICIÓN DE SU REGISTRO EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 90, FRACCIÓN XVI, DE LA LEY RELATIVA. El citado numeral impone el deber de negar el registro de una marca que sea idéntica o semejante en grado de confusión a otra ya registrada vigente o en trámite, aplicada a iguales o similares productos o servicios que pretenda amparar, por lo que la autoridad administrativa encargada de otorgar dicho registro, que es el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, debe realizar lo que tanto en la práctica como en la doctrina se conoce como "examen de novedad", que consiste en una comparación entre la marca cuya inscripción se solicita y todas aquellas registradas previamente o que se encuentren en trámite con anterioridad, a efecto de verificar si son semejantes al grado de inducir a confusión a los consumidores de los productos o servicios a los que están dirigidos. Ahora bien, al realizar dicho examen debe tomarse en cuenta, además de la clase en que esos productos o servicios se encuentren clasificados, el tipo de signos marcarios que estén en conflicto, para determinar cuál es el enfoque conforme al que debe efectuarse dicho análisis, pues si se trata de marcas nominativas el parámetro idóneo para regir la valoración será el aspecto fonético, dado que aquéllas se conforman generalmente por un conjunto de letras o palabras, por lo que se distinguen por su pronunciación; empero, si revisten el carácter de marcas innominadas o figurativas (emblemáticas o gráficas), entonces tendrá especial relevancia el examen gráfico o visual, ya que a través de este sentido podrá dilucidarse si por la similitud de los diseños es factible producirse la mencionada confusión; escrutinio que también sería aplicable para las marcas tridimensionales. Especial mención merecen las marcas mixtas o compuestas, dado que al conformarse por un elemento denominativo y otro gráfico, debe verificarse en primer término cuál de ellos es el componente fundamental o isotipo del diseño de los signos marcarios en conflicto, a efecto de determinar qué criterio es el idóneo para realizar el examen comparativo entre éstos, pues si lo que distingue a la marca es el eslogan o conjunto de letras que forman parte de su diseño, entonces el análisis debe realizarse preponderantemente desde el aspecto fonético, pero si la parte icónica o relevante es la figura del diseño, tendrá que aplicarse principalmente la perspectiva gráfica para determinar si existe semejanza en grado de confusión. Amparo directo 431/2009. Décimo Quinto Tribunal en materia Administrativa del Primer Circuito. Aloe Vera of América, Inc. 5 de noviembre de 2009. Unanimidad de votos. Ponente: Armando Cortés Galván. Secretario: Gabriel Regis López. Tesis: I.15o.A.149 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, octubre de 2010, p.

3156.

MARCAS. CUANDO SON PROPUESTAS EN FORMA MIXTA (NOMBRE, DISEÑO Y FORMA TRIDIMENSIONAL), Y ESTE ÚLTIMO ELEMENTO NO RESULTA REGISTRABLE INDIVIDUALMENTE, TAL CIRCUNSTANCIA IMPIDE EL REGISTRO DE AQUÉLLAS. De la interpretación armónica de los artículos 89, 90, fracción III, 113, fracción II, 122, 125 y 126 de la Ley de la Propiedad Industrial, y 53 de su Reglamento, se concluye que para obtener un registro marcario se otorga al interesado el derecho de elegir el tipo de marca con la que busca proteger sus productos, la cual puede ser nominativa, innominada, tridimensional o mixta; y, para el caso de que presente a registro una marca mixta en la que la forma tridimensional como elemento integrante no resulte registrable individualmente a juicio de la autoridad, tal circunstancia impide su registro, debido a que en la propuesta del interesado de una marca mixta debe examinarse por separado el elemento tridimensional previamente a los restantes que la integran. Contradicción de tesis 471/2009. Entre las sustentadas por los Tribunales Colegiados Noveno y Décimo Séptimo, ambos en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de marzo de 2010. Mayoría de tres votos. Disidentes: Sergio A. Valls Hernández y Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Ponente: Sergio A. Valls Hernández. Secretario: Miguel Ángel Antemate Chigo. Tesis: 2a. /J. 41/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXI, abril de 2010, p. 430.

MARCAS DESCRIPTIVAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS. OBJETIVO DE LA PROHIBICIÓN DE SU REGISTRO. El objetivo de la prohibición contenida en la fracción IV del artículo 90 de la Ley de la Propiedad Industrial de registrar como marcas las denominaciones, figuras o formas tridimensionales que, considerando el conjunto de sus características, sean descriptivas de los productos o servicios que traten de protegerse como marca, es impedir el monopolio de palabras comunes que pudieran evitar el uso cotidiano por los demás competidores y evitar la competencia desleal, quedando incluidas las expresiones que en el comercio sirvan para designar la especie, calidad, cantidad, composición, destino, valor, lugar de origen de los productos o su época de producción. Lo anterior se ejemplifica con la palabra "extraspecial", que en términos generales significa algo extraordinario, fuera de lo común o general, es decir, que los productos que pretende amparar tienen esa cualidad; de ahí que no sea factible su registro de manera exclusiva, ya que se privaría a otras personas del derecho de expresar que los bienes que ofrecen tienen tal característica, menoscabando así el espíritu de la prohibición del registro de marcas descriptivas. Amparo directo 457/2009. Séptimo Tribunal Colegiado en materia administrativa del Primer Circuito. Wal-Mart Stores, Inc. 27 de enero de 2010. Unanimidad de votos. Ponente: Alberto Pérez Dayán. Secretaria: Irma Gómez Rodríguez. Tesis: I.7o.A.692 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXI, marzo de 2010, p. 3013.

MARCAS. LOS ELEMENTOS UTILITARIOS Y FUNCIONALES DE LOS ENVASES TRIDIMENSIONALES NO SON REGISTRABLES SI CARECEN DE DISTINTIVIDAD Y NO IDENTIFICAN A QUIEN LOS PRODUCE. De acuerdo con el artículo 90, fracción III, de la Ley de la Propiedad Industrial, una forma tridimensional ha de tener un carácter distintivo y de originalidad, razón justificante y sine qua non para ser registrable como marca, ya que la mera idoneidad para obtener un resultado técnico, un carácter funcional y ser útil, son aspectos comunes y de uso corriente que no lo justifican, a menos que sus características sean inusuales, arbitrarias o de fantasía, pues éstas serán las que permitan al consumidor reconocer un producto por su apariencia y vincularlo, distinguirlo o asociarlo con quien lo produce. Por tanto, tratándose de envases tridimensionales, no son registrables los elementos utilitarios y funcionales, ya que se generarían derechos de exclusividad, monopolios y barreras al comercio no justificables, pues las características similares, tales como boquilla circular, superficie lisa para etiquetado o impresión y base circular, cumplen una función de eficacia en el manejo y uso por parte de los consumidores y, además, es la forma usual o habitual de los que se comercializan en México, de tal manera que no se justifica su registro, precisamente por carecer de distintividad y no identificar a quien los produce. Amparo directo 201/2008. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. The Coca-Cola Company. 8 de octubre de 2008. Mayoría de votos. Disidente: Patricio González-Loyola Pérez. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A.662 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXIX, enero de 2009, p. 2769.

MARCAS. CLASE DE TUTELA FRENTE A LOS DIBUJOS, DISEÑOS INDUSTRIALES Y MODELOS DE UTILIDAD. La distintividad en las marcas debe producir transparencia en los mercados, por ello se confieren privilegios de uso temporalmente ilimitados. En cambio, los dibujos, diseños industriales y modelos de utilidad, han de ser creativos y en esa medida generan eficiencia, por lo que su tutela tiene como objetivo proteger la creatividad y fomentar la investigación que



trascienda en innovaciones para obtener nuevos productos o formas ornamentales que beneficien al comercio y sean aprovechables por los consumidores; razón por lo cual, los privilegios conferidos tienen una protección temporal limitada. Amparo directo 201/2008. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. The Coca-Cola Company. 8 de octubre de 2008. Mayoría de votos. Disidente: Patricio González-Loyola Pérez. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A.663 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXIX, enero de 2009, p. 2769.

MARCAS. NO ESTÁ PROHIBIDO SU REGISTRO SI CONTIENE LAS SIGLAS DE UN TRATADO INTERNACIONAL. El artículo sexto del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, que tiene carácter de ley suprema de la Unión en términos del artículo 133 de la Constitución Federal, establece las prohibiciones, respecto al uso de marcas con emblemas de organizaciones intergubernamentales exceptuando los escudos de armas, banderas y otros emblemas, siglas o denominaciones que hayan sido objeto de acuerdos internacionales en vigor, destinados a asegurar la protección industrial; ahora bien no está prohibido el registro de una marca que contenga las siglas de un tratado internacional, por ejemplo, el nombre de la quejosa Nafta Corporación, S.A. de C.V., que coincide con las siglas en inglés del Tratado Comercial para América del Norte, debido a que dicho tratado no es una organización internacional gubernamental. Amparo en revisión 2961/97. Primer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Nafta Corporación, S.A. de C.V. 8 de enero de 1998. Unanimidad de votos. Ponente: Samuel Hernández Viazcán. Secretario: Ricardo Martínez Carbajal. Tesis: I.1o.A.24 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VIII, noviembre de 1998, p. 545.

MARCA NOTORIA, NOCIÓN Y PROTECCIÓN DE LA. NO SE REQUIERE QUE SE ENCUENTRE REGISTRADA EN EL PAÍS. Para poder delimitar el significado que se debe tener de una marca notoria, es necesario tener en cuenta que la notoriedad es el conocimiento que el público consumidor tiene de esa marca. Este conocimiento no se limita, naturalmente, al nombre de la marca, sino que incluye informaciones sobre las cualidades, características y uso de los productos que la llevan. Es por referencia al público consumidor como se puede saber si una marca es notoria o no, ya que la notoriedad es una prueba de la utilización de la marca, porque significa que la marca ha tenido gran éxito y ha sido apreciada por los consumidores. De tal modo que una marca puede ser notoriamente conocida en el país antes de su registro en él y, en vista de las repercusiones posibles de la publicidad de otros países, aún antes de que se utilice en la República Mexicana. Por lo que ve al carácter de notoria que puede atribuirse a una marca, es una cuestión de hecho que las autoridades administrativas y judiciales del país deben determinar, fundando su opinión en apreciaciones razonables. En la especie, las autoridades responsables negaron a la quejosa el registro del signo que propuso, por tratarse de la imitación de uno de los monogramas que se usan en los productos de la marca "Gucci", que a nivel internacional han dado a conocer los señores Aldo y Rodolfo Gucci, responsables del éxito comercial de dichos productos propiedad de "Gucci Shops", Inc., por lo que estimaron que se trata de una marca notoriamente conocida, y que, de concederse el registro solicitado, se podría crear confusión entre el público consumidor, pues éste al adquirir los productos creería que se trata de artículos amparados con la marca notoriamente conocida. Con lo anterior, las autoridades responsables realizaron una correcta aplicación de los artículos 91, fracciones XX y XXI, de la Ley de Invenciones y Marcas, y 6º bis y 10º bis del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, pues, al tratarse de un diseño que imita uno de los monogramas de la marca notoriamente conocida "Gucci", evitaron que se pudiera crear confusión entre el público consumidor y además impidieron que se produjeran actos de competencia desleal respecto de esa marca conocida en forma notoria. No constituyendo obstáculo para lo anterior la circunstancia de que la marca notoriamente conocida "Gucci" no se encuentre registrada en el país, pues no es necesario que se cumpla con ese requisito para que se de la protección de la marca notoria, en términos de lo dispuesto por los artículos 6º bis y 10º bis del Convenio mencionado anteriormente, ya que se trata de una protección de carácter excepcional que tiene como fin evitar que se induzca a engaño o error al público consumidor e impedir que se produzcan actos de competencia desleal. Amparo en revisión 1269/84. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Gucci de México, S.A. 19 de marzo de 1985. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretario: Alejandro Garza Ruiz. Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volumen 193-198 Sexta Parte, marzo de 1985, p. 109.

PROPIEDAD INDUSTRIAL. LA AUTORIDAD COMPETENTE PUEDE DESECHAR PRUEBAS EN EL PROCEDIMIENTO DE DECLARACIÓN ADMINISTRATIVA EN ESA MATERIA. Los artículos 187 a 189 de la Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial establecen que los particulares con interés jurídico pueden iniciar el procedimiento para la obtención

de una declaración administrativa en materia de propiedad industrial, señalando los requisitos que debe satisfacer la solicitud correspondiente. Por su parte, los numerales 190 y 192 disponen que son admisibles toda clase de pruebas, excepto la testimonial y confesional, y precisan que su ofrecimiento y la presentación de documentales deberá realizarse conjuntamente con la solicitud de declaración administrativa respectiva, salvo el caso de pruebas supervenientes, estableciendo los requisitos que deben satisfacerse cuando se trate de documentos que obren en los archivos del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. El artículo 191 alude expresamente al desechamiento de la solicitud de declaración administrativa por incumplimiento de los requisitos legales, por falta de exhibición o eficacia del documento base de la acción, o del que acredite la personalidad del promovente, previo requerimiento que debe hacer la autoridad al solicitante sobre el particular. Del examen sistemático de los referidos dispositivos, se concluye que si bien el último precepto legal no señala expresamente que la autoridad administrativa pueda desechar las pruebas del solicitante, como el ofrecimiento de éstas debe hacerse conjuntamente con la solicitud de declaración administrativa, resulta claro que forman una unidad jurídica y procesal, dada la estrecha vinculación que guardan por su presentación simultánea en el procedimiento administrativo, además de que si la ley enumera las pruebas que pueden ofrecerse y los requisitos que deben cubrirse para su admisión, de no cumplirse con tales prevenciones, la consecuencia lógica y jurídica que deriva de tal situación no puede ser otra sino el desechamiento de la prueba de que se trate, porque resultaría impráctico admitir y, en su caso, desahogar, una prueba que el ordenamiento jurídico no permite presentar; situación que conduce a concluir que la regulación legal relativa al desechamiento de la solicitud también les resulta aplicable a las pruebas ofrecidas, derivándose de ello la facultad de la autoridad para desechar éstas. Amparo en revisión 1664/97. Jorge Navarro Islas. 17 de febrero de 1998. Once votos. Ponente: Mariano Azuela Güitrón. Secretario: Humberto Suárez Camacho. Tesis: P. XXXIII/98, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VII, abril de 1998, p. 126.

INVENCIONES Y MARCAS, EL CONVENIO DE LA UNION DE PARIS PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL NO ES DE RANGO SUPERIOR A LA LEY DE. El Convenio de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial, celebrado por el presidente de la República y ratificado por el Senado, no tiene un rango superior a la Ley de Invenciones y Marcas, sino que la jerarquía de ambos ordenamientos es la misma, ya que el artículo 133 constitucional no establece preferencia alguna entre las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y los tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados y que se celebren por el presidente de la República con aprobación del Senado, puesto que el apuntado dispositivo no propugna la tesis de la supremacía del derecho internacional sobre el derecho interno, sino que adopta la regla de que el derecho internacional es parte del nacional, y si bien reconoce la fuerza obligatoria de los tratados, no da a estos un rango superior a las leyes del Congreso de la Unión emanadas de la Constitución Federal. Amparo en revisión 160/81. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. National Research Development Corporation. 16 de julio de 1981. Unanimidad de votos. Ponente: Sergio Hugo Chapital Gutiérrez. Tesis Aislada, Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volumen 151-156 Sexta Parte, julio de 1981, p. 101.

PROPIEDAD INDUSTRIAL. EL ARTÍCULO 229 DE LA LEY RELATIVA NO CONTRAVIENE EL PRINCIPIO DE SUPREMACÍA CONSTITUCIONAL. El requisito de procedibilidad contenido en el artículo 229 de la Ley de la Propiedad Industrial para ejercer acciones civiles y penales, o para adoptar las medidas previstas en el diverso 199 Bis de dicha Ley consistente en que el interesado demuestre que hizo del conocimiento público el derecho de propiedad industrial del que es titular, aplicando a los productos alguna leyenda o signo distintivo conforme a los numerales 26 y 131 del propio ordenamiento (relativos a patentes y marcas, respectivamente), no se refiere a la figura de la denominación de origen. Ello es así, porque tanto el Arreglo de Lisboa relativo a la Protección de las Denominaciones de Origen y su Registro Internacional como la Ley de la Propiedad Industrial, coinciden en que la forma en que debe hacerse del conocimiento de terceros que se emitió declaración de una denominación de origen, es a través de su publicación en un medio oficial de difusión, ya sea en el Diario Oficial de la Federación, en el caso del Estado mexicano, o en el periódico oficial de la Oficina Internacional de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en el caso de denominaciones extranjeras. Es decir, el conocimiento público de la existencia de una denominación es diferente a la forma en que se publicita que se es titular de una patente o marca, pues la titularidad del derecho no pertenece a un individuo, sino al Estado que tiene registrada una denominación ante la Organización Mundial referida. Por tanto, el artículo 229 de la Ley relativa no contraviene el principio de supremacía constitucional contenido en el artículo 133 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, al no imponer mayores requisitos para la adopción de medidas para la defensa de las denominaciones de origen que los establecidos en el Arreglo de Lisboa para la Protección de dicha figura, al no referirse a la misma materia. Amparo en revisión 2110/2009. Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano. 24 de marzo de 2010. Unanimidad de

cuatro votos. Ausente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Ponente: Olga Sánchez Cordero de García Villegas. Secretaria: Rosalía Argumosa López. Tesis: 1a. XCVI/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, julio de 2010, p. 255.

MARCAS. SEMEJANZA EN GRADO DE CONFUSION AUN CUANDO LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PERTENEZCAN A DISTINTAS CLASES O GENEROS. Al ser una marca todo signo visible que permita distinguir productos o servicios de otros de su misma clase, cualquier agente económico, productor o comerciante, que participe en los mercados podrá utilizar alguna para identificar y distinguir sus productos o servicios, sin embargo, el derecho al uso exclusivo de una marca se obtiene, únicamente, a través del correspondiente registro ante las autoridades competentes. La marca deber ser suficientemente distintiva, original, para identificar y hacer distinguibles los productos o servicios, esto es, debe poseer una eficacia distintiva y además deberá ser jurídicamente tutelable como tal, es decir, una marca no obtendrá su registro si se advierte la posibilidad de confusión con otra u otras registradas con anterioridad y, por tanto, se pudiera inducir al error al público consumidor. Para determinar si una marca presenta similitud con otra, éstas deberán apreciarse de manera global, atendiendo a las semejanzas que presenten y tomando en consideración la primera impresión que, en su conjunto, proyecten sobre el consumidor. Este último dato, supone que el consumidor medio no realiza respecto del signo marcario un análisis profundo o sistemático para detectar las diferencias entre una y otra marca. Así pues, mediante el registro de una marca la autoridad está protegiendo al público consumidor, evitándole posibles errores respecto a la naturaleza y origen de los diversos productos que concurren en los mercados de bienes y servicios. Esta protección supone que se evite, asimismo, cualquier posibilidad de confusión para el consumidor respecto de las marcas, asegurando la cabal identificación de los bienes o servicios que el particular desea adquirir o utilizar. Ahora bien, la similitud entre dos signos marcarios debe determinarse tomando en cuenta no sólo la clase en que están comprendidos los productos o servicios amparados por las marcas, sino que debe considerarse la finalidad, composición, lugar de venta del artículo, así como cualquier otra relación que permita presumir que una marca intenta aprovechar el prestigio de otra. La existencia de una marca registrada, notoria y con un prestigio reconocido ante el público consumidor, hace pensar que, al ser introducida al mercado una marca nueva, cuya similitud con la primera sea la suficiente como para sugerir una relación entre ambas, o bien que una corresponde o deriva de la otra, fácilmente provocaría el error y confusión entre los consumidores, mismos que podrían asumir que los productos o servicios amparados por las marcas en cuestión poseen la misma calidad o procedencia. Cuando del análisis de las marcas en conflicto se aprecia que existe un elemento relevante o característico en las mismas y, que los demás elementos constituyen únicamente un complemento del signo distintivo y original, pero no alcanzan a desvirtuar la semejanza derivada del elemento común, es evidente la posibilidad de confusión entre los signos marcarios ya que gráfica, conceptual o fonéticamente darán la impresión de ser denominaciones similares, o que una es variante de la otra, aun cuando se refieran a productos o servicios diferentes. La semejanza en grado de confusión entre dos marcas hace imposible el cumplimiento de la función individualizadora de las mismas. El consumidor, al advertir una marca nueva similar a una ya existente y con cierta antigüedad, puede creer que se trata de una variante de esta última, aun cuando se tratara de diversos productos o servicios. Es pertinente aclarar que, si bien la interpretación respecto a la posibilidad de confusión por similitud entre los signos marcarios aun si amparan productos o servicios distintos, se ha desarrollado sobre los conceptos señalados en los artículos 105 fracción XIV y 106 de la anterior Ley de Propiedad Industrial, al corresponder éstos a lo dispuesto por la fracción XVI del artículo 90 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, dicha interpretación continúa siendo vigente. La función distintiva de la marca posibilita a industriales y comerciantes conservar su crédito y orientar la elección de los consumidores, al tiempo que garantiza la procedencia y calidad de los bienes y servicios ofrecidos. Negar el registro de marcas idénticas o parecidas, aun tratándose de productos o servicios diferentes, resulta apropiado considerado bajo una variante de la regla de competencia desleal. Es decir, si el nombre de una marca ha excedido los límites de su propio campo y se le asocia con una excelente calidad y un prestigio singular, esta circunstancia no debe ser aprovechada por otros, ni debe permitirse el desconcierto y confusión entre el público consumidor, que pudiera asumir que los productos o servicios tienen la misma procedencia. La semejanza en los signos marcarios a la que alude la ley no debe circunscribirse a aquella detectada respecto a determinados artículos clasificados en la misma especie o clase, sino que debe entenderse referida a toda similitud que induzca a error, sea por su finalidad, composición, lugar de venta, o por cualquier otra relación lógica existente entre las marcas. Amparo en revisión 1963/94. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. The Concentrate Manufacturing Company of Ireland. 14 de octubre de 1994. Mayoría de votos. Ponente y disidente: Carlos Alfredo Soto Villaseñor. Secretaria: Silvia Elizabeth Morales Quezada. Tesis: I.3o.A.584 A, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XV-I, febrero de 1995, p. 226.

MARCAS EVOCATIVAS. REGISTRO DE LAS. Para evitar la competencia desleal en el mercado y la confusión en que podría incurrir el público consumidor, nuestra legislación marcara prohíbe el registro de aquellas marcas que son descriptivas del producto al que están destinadas. (Artículo 91 fracciones V y XX de la Ley de Invenciones y Marcas vigente en el año de 1991). Descriptivas, ha dicho este tribunal, son aquellas marcas que definen al producto a que se aplican, sea porque el vocablo o locución guarda relación directa con la naturaleza del producto o con sus propiedades; bien porque expresa el tipo, peso, medida, función o destino de la mercancía. Sin embargo, no es absoluta la prohibición del carácter descriptivo de una marca, pues se admiten como válidas las denominaciones que, formadas de modo arbitrario, despiertan la idea del producto o sugieren su naturaleza o utilidad, tales marcas son las llamadas evocativas, que se relacionan de modo remoto indirecto con la mercancía. "Instant protein", cuya traducción al español es "proteína instantánea", en una marca evocativa, que aun cuando contiene el vocablo "proteína", no describe de manera directa el producto a que va destinada (alimentos y sus derivados); pues analizada en su conjunto nos da la idea imprecisa de un alimento que proporciona rápidamente proteínas; sin embargo, como se demostró en el juicio, tales nutrientes no tienen la virtud de ser instantáneos, y por ello, la idea que da la marca, no describe el producto, aunque es cierto también, que puede provocar que su preparación es instantánea, pero tal idea, es simplemente una evocación y no una frase descriptiva; sin pasar por alto que el examen de una marca debe hacerse también en su conjunto, ya que es así como la percibe el público consumidor; y de manera global "Instant protein" queda comprendida dentro de las llamadas marcas evocativas. Amparo en revisión 1153/92. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Shaklee Corporation. 8 de julio de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Guadalupe Margarita Ortiz Blanco. Tesis: I.3o.A.484 A, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo X, octubre de 1992, p. 347.

NULIDAD.

MARCAS. LOS DERECHOS DE LOS TITULARES DE LAS REGISTRADAS PREVIAMENTE, PUEDEN VERSE AFECTADOS HASTA QUE SE OTORGA EL TÍTULO QUE AMPARA EL REGISTRO Y ÉSTE SE PUBLICA EN LA GACETA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. El procedimiento que se sigue ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial para registrar la marca de un tercero por sí mismo no limita el uso exclusivo de una marca previamente establecida por parte de su titular, sino que es hasta que se otorga el título que ampara el registro y éste se publica en la Gaceta referida en el artículo 8o. de la Ley de la Propiedad Industrial, cuando pueden verse afectados los derechos de los titulares de dichas marcas y, al respecto, el ordenamiento de la materia prevé que el titular afectado puede acudir ante dicha autoridad a solicitar, de actualizarse alguno de los supuestos previstos en el artículo 151 de la Ley de la Propiedad Industrial, la nulidad del nuevo registro marcario. Lo anterior es así, porque de estimar el titular de una marca previamente registrada que con el registro otorgado a un tercero se afecta su derecho al uso exclusivo de ésta, por ser idéntica o similar en grado de confusión al suyo, está facultado para solicitar ante esa autoridad que declare la nulidad de ese registro a través del procedimiento de declaración administrativa de nulidad. Amparo directo en revisión 1931/2008. The Coca Cola Company. 18 de febrero de 2009. Cinco votos. Ponente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Secretario: Jorge Luis Revilla de la Torre. Tesis: 1a. CXXXII/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, diciembre de 2010, p. 169.

MARCAS. LA DECLARACIÓN DE NULIDAD DEL REGISTRO RELATIVO POR EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, NO IMPLICA UNA INVASIÓN EN LAS FUNCIONES DEL PODER JUDICIAL EN EL DESEMPEÑO DE SUS TAREAS JURISDICCIONALES. Los artículos 1o., 2o., fracciones V y VI, 6o., fracción IV, 155, 177 y 199 de la Ley de la Propiedad Industrial, establecen que la aplicación administrativa de dicha ley corresponde al Ejecutivo Federal, por conducto del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, y que ese ordenamiento tiene por objeto proteger la propiedad industrial, además de prevenir los actos que atenten contra ella, facultándose al referido instituto para sustanciar los procedimientos de nulidad, caducidad y cancelación de los derechos de propiedad industrial, y para emitir las declaraciones administrativas correspondientes. Ahora bien, por el hecho de que con los referidos procedimientos se realicen actos materialmente jurisdiccionales no debe entenderse que el Poder Ejecutivo asuma las funciones del Poder Judicial, en atención a que el artículo 49 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, al prohibir que dos o más poderes se reúnan en uno solo, no establece que excepcionalmente uno de ellos pueda desempeñar alguna función que originalmente corresponda a otro. Amparo en revisión 2444/2003. José Luis Enrique Corella Gordillo. 25 de agosto de 2004. Unanimidad de cuatro votos. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretario: Manuel González Díaz. Tesis: 1a. CLIV/2004, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXI, enero de 2005, p.423.

CADUCIDAD DE LA PATENTE. PROCEDE DECLARARLA CON FUNDAMENTO EN UNA LEGISLACION INTERNA, DISTINTA DEL CONVENIO DE PARIS PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL. El artículo 5o. bis del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, regula que no podrá declararse la caducidad de una patente sino transcurridos dos años a partir de la concesión de la primera licencia obligatoria; sin embargo, tal disposición implica una prohibición para declarar la caducidad por causas distintas de la falta de explotación, como es el incumplimiento de los deberes de naturaleza tributaria a cargo de su titular, si al efecto se reguló en una ley distinta del convenio precitado la caducidad de las patentes por falta del pago referido, en virtud de que en dicho convenio no se estableció en ninguna cláusula la prohibición de que los países firmantes del mismo crearan otros supuestos de caducidad de las patentes en sus legislaciones internas, como lo es la Ley federal de Derechos. Amparo en revisión 864/88. Cuarto Tribunal Colegiado en materia administrativa del Primer Circuito. Schllimberger Surencó, S. A. 18 de agosto de 1988. Unanimidad de votos. Ponente: Hilario Bárcenas Chávez. Secretaria: Elsa Fernández Martínez. Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Volumen II, Segunda parte-1, julio a diciembre de 1988, p. 152.

INFRACCIÓN.

PROPIEDAD INDUSTRIAL. ES NECESARIA UNA PREVIA DECLARACIÓN POR PARTE DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, SOBRE LA EXISTENCIA DE INFRACCIONES EN LA MATERIA PARA LA PROCEDENCIA DE LA ACCIÓN DE INDEMNIZACIÓN POR DAÑOS Y PERJUICIOS. De lo dispuesto en los artículos 6o., 187, 188, 192, 193, 198, 199 bis, 199 bis 5, 217 a 219, 221, 221 bis, 227 a 229 de la Ley de la Propiedad Industrial se advierte que el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, entre otras facultades, tiene la de sustanciar los procedimientos de declaración de nulidad, caducidad, cancelación e infracción administrativa respecto de los derechos de propiedad industrial, así como la de formular resoluciones y pronunciar las declaraciones correspondientes; desprendiéndose también de la misma ley que cuando las partes interesadas no designen como árbitro al citado instituto para la resolución de controversias relacionadas con el pago de los daños y perjuicios derivados de la violación a los derechos de propiedad industrial, tal como lo permite la fracción IX del artículo 6o. de la ley de la materia, el diverso numeral 221 faculta al afectado para demandar ese pago en los términos de la legislación común, que no es otra sino la legislación civil. Ahora bien, en virtud de que el aludido instituto es la autoridad administrativa especializada que conoce de esa materia y por disposición de aquella ley especial es la competente para realizar el pronunciamiento correspondiente en el procedimiento de declaración respectivo, resulta inconcuso que para la procedencia de esta acción de indemnización es necesaria, por parte del propio instituto, una previa declaración de la existencia de infracciones, lo que implica un acto materialmente jurisdiccional eficaz para acreditarlas; por ello, el Juez que conozca de la reclamación de daños y perjuicios derivados de la violación a derechos de propiedad industrial deberá ponderar si aquéllos fueron producto directo de la infracción administrativa declarada por el mencionado instituto, pero no podrá cuestionar si los particulares cometieron la citada infracción, pues ello ya habrá sido declarado en resolución firme por la autoridad administrativa; de ahí que al estar ligada estrechamente con la citada transgresión, la acción civil de daños y perjuicios no puede desvincularse de la declaración emitida por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Contradicción de tesis 31/2003-PS. Entre las sustentadas por el Segundo Tribunal Colegiado, el Décimo Primer Tribunal Colegiado y el Décimo Tercer Tribunal Colegiado, todos en Materia Civil del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Mayoría de tres votos. Ausente: Humberto Román Palacios. Disidente: José Ramón Cossío Díaz. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretario: Manuel González Díaz. Tesis: 1a./J. 13/2004, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XIX, Mayo de 2004, p. 365.

MARCAS. INFRACCIONES ADMINISTRATIVAS. EL TITULAR DE UN REGISTRO MARCARIO QUE DENUNCIA ÉSTAS, TIENE INTERÉS PARA PROMOVER JUICIO DE AMPARO EN CONTRA DE LA RESOLUCIÓN NEGATIVA QUE RECAIGA EN DICHO PROCEDIMIENTO. El titular de una marca registrada en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial goza de un derecho de propiedad exclusivo y oponible a terceros, por lo que la resolución en sentido negativo de su denuncia de infracción administrativa, le causa un agravio personal, directo y actual, y puede válidamente combatirla a través del juicio de amparo. Su interés deriva de lo establecido en los artículos 133 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, 4o. y 5o. de la Ley de Amparo, 187 de la Ley de Fomento y Protección de la Propiedad Industrial, 1o. del Código Federal de Procedimientos Civiles, y 10 ter de la Convención de París para la Protección de la Propiedad Intelectual suscrita por México, ya que el amparo es el medio de defensa que tiene a su alcance para hacer valer las posibles violaciones de forma y fondo en que hubiera podido incurrir la autoridad en el procedimiento y la resolución administrativa, cuya depuración es necesaria para obtener una resolución favorable a sus intereses y, eventualmente, para demandar el pago de daños y perjuicios así como la devolución de la fianza que en su caso hubiera exhibido, en

términos de lo que establecen los artículos 199 bis 3 y 199 bis 4 de la Ley de la Propiedad Industrial (antes Ley de Fomento y Protección a la Propiedad Industrial). Contradicción de tesis 77/2000-SS. Entre las sustentadas por el Décimo y Segundo Tribunales Colegiados ambos en Materia Administrativa del Primer Circuito. 26 de enero de 2001. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretaria: Silvia Elizabeth Morales Quezada. Tesis: 2a./J. 10/2001, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XIII, febrero de 2001, p. 250.

MARCAS. SIMILITUD FONÉTICA EN GRADO DE CONFUSIÓN. DEBE ATENDERSE AL ELEMENTO DOMINANTE. Para calificar a las prácticas comerciales como desleales, basta que haya un riesgo de confusión respecto de los propios signos de diferentes empresas, a partir de elementos o razones objetivas capaces de concluir la confundibilidad, por lo que deben ser particular y enfáticamente distintivas, independientes y originales en lo concerniente a su significante y a su significado. Es así que, para efectuar el estudio de semejanza en grado de confusión entre las marcas en conflicto debe apreciarse: a) La semejanza de la marca en su conjunto; b) La comparación debe hacerse en la totalidad de sus elementos; c) La imitación debe apreciarse por imposición, lo que a un primer golpe de vista o sonido produce en el consumidor, pues se trata de advertir, la auténtica impresión o mensaje, que evoca o produce en los consumidores promedio y no de los detalles descontextualizados, ya que no es a partir de ellos que se da el impacto o mensaje publicitario que el consumidor percibe y obtiene de las marcas; y d) La similitud debe percibirse suponiendo que la confusión puede sufrirla el comprador promedio y que preste la atención común y ordinaria. De esta forma, el estudio de la similitud entre marcas debe analizar los elementos o dimensiones que resulten semejantes en conjunto y puede versar sobre diversos aspectos, entre ellos el fonético, conforme al cual, la confusión se presenta cuando dos palabras pertenecientes al mismo idioma, se pronuncian en forma similar. Es así que, por ejemplo, del análisis de las marcas "Ego" y "Alter Ego", se aprecia que aun cuando las denominaciones en pugna no coinciden en el número de sílabas o de golpes de voz, la imitación o la similitud en grado de confusión se produce al tener y compartir el mismo factor distintivo que, además, resulta relevante, esto es, la palabra "Ego". En efecto, si bien la marca "Ego" sólo está constituida por este elemento y no tiene alguna otra característica o palabra que la conforme, en comparación con el diverso signo "Alter Ego", compuesta por dos vocablos, reproduce a la primera en su totalidad y conjunto. Por tanto, las marcas "Ego" y "Alter Ego", si bien fonéticamente difieren en grado tenue, el elemento relevante es el signo distintivo "Ego", ya que este componente, por sí solo, domina la imagen de la marca y es el que el público destinatario guarda en la memoria, de modo que el resto de los componentes de la marca son secundarios dentro de la impresión de conjunto, producida por ésta. Como colofón, se tiene que el elemento común en ambos registros marcarios, es el término "Ego" que a un primer golpe, sea auditivo o visual, es el aspecto que genera y capta la atención por ser el dominante y relevante en ambos registros y es lo que el consumidor percibe en primera instancia y determina que una marca no sea, realmente, distintiva y diferente respecto de la otra. Amparo directo 239/2007. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Arturo Feldman Stark. 24 de octubre de 2007. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Mayra Susana Martínez López. Tesis: I.4o.A. J/85, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, noviembre de 2010, p. 1347.

PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO EN FORMA DE JUICIO. LO ES EL PROCEDIMIENTO PARA LA DECLARACION ADMINISTRATIVA DE INFRACCION DE LA LEY DE INVENCIONES Y MARCAS VIGENTE DEL ONCE DE FEBRERO DE MIL NOVECIENTOS SETENTA Y SEIS AL VEINTISIETE DE JUNIO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y UNO (ARTICULO 114, FRACCION II, SEGUNDO PARRAFO, DE LA LEY DE AMPARO). Como puede advertirse de la lectura integral de los artículos 193 a 200 de la Ley de Invenciones y Marcas, el procedimiento administrativo se inicia con la solicitud de la declaración administrativa que formule algún interesado, o bien, de oficio por la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial, debiéndose emplazar a la parte que pudiera resultar afectada, otorgándole un plazo no menor de quince ni mayor de treinta días hábiles, para que manifieste lo que a su derecho convenga, y aunque la ley no lo señale expresamente en el mismo artículo, también podrá ofrecer las pruebas que estime necesarias, esto se desprende del artículo 197 que establece que transcurrido el término para formular objeciones, previo estudio de los antecedentes relativos, y en su caso, desahogadas las pruebas se dictará la resolución administrativa que proceda, todo lo cual conlleva a un procedimiento administrativo seguido en forma de juicio y aunque sus disposiciones no estén expresadas en forma minuciosa y detallada, sí se menciona expresamente que "el procedimiento seguirá las formalidades que esta ley señala, siendo aplicable, supletoriamente el Código Federal de Procedimientos Civiles", por lo que es de concluirse que el procedimiento para la declaración administrativa de infracción, del cual emanó el acto reclamado en el juicio de amparo,



sí es un procedimiento administrativo seguido en forma de juicio, siendo necesario mencionar que el acto reclamado no encuadra en las excepciones para promover juicio de garantías antes de que se dicte resolución en dicho procedimiento, es decir, el quejoso no es persona extraña a la controversia, excepción señalada por el artículo 114, fracción II, segundo párrafo, de la Ley de Amparo, o bien, que el acto reclamado tenga sobre las personas o las cosas una ejecución que sea de imposible reparación, excepción establecida por la Segunda Sala de la Suprema Corte de Justicia de la Nación, porque el hecho de que ahora la autoridad no haya acordado favorablemente el escrito del quejoso, será en todo caso reparable cuando, al dictarse la resolución definitiva, se acuerde lo que corresponda respecto a su solicitud, y aun en el supuesto de que no fuera acordado, será una violación impugnabile en el momento en que se combata la resolución misma, si es que ésta no le es favorable. Amparo en revisión 583/92. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Chongos Coronado, S.A. 18 de marzo de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Guadalupe Robles Denetro. Tesis: I.3o.A.468 A, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo X, agosto de 1992, p. 601.

MARCAS. PARA ACREDITAR A TRAVÉS DE UN CATÁLOGO QUE LOS PRODUCTOS PARA LOS QUE FUERON REGISTRADAS SE ENCUENTRAN DISPONIBLES EN EL MERCADO Y ASÍ DEMOSTRAR EL USO DE AQUÉLLAS, SE REQUIERE QUE ADEMÁS DE SU EXISTENCIA FÍSICA SE PRUEBE, AUNQUE SEA INDICIARIAMENTE, QUE AQUÉL FUE MOTIVO DE DISTRIBUCIÓN. Conforme al artículo 62 del Reglamento de la Ley de la Propiedad Industrial, para los efectos del numeral 130 de dicha ley (caducidad del registro de una marca por falta de uso), entre otros casos, se entenderá que una marca se encuentra en uso cuando: a) Los productos o servicios que ella distingue han sido puestos en el comercio; b) Se encuentran disponibles en el mercado en el país bajo esa marca en la cantidad y del modo que corresponde a los usos y costumbres en el comercio; o c) Se aplique a productos destinados a la exportación. Así, para acreditar a través de un catálogo que un producto para el que una marca fue registrada se encuentra disponible en el mercado (inciso b) y así demostrar el uso de ésta, se requiere que además de su existencia física -impresión de un número determinado de ejemplares-, se pruebe, aunque sea indiciariamente, que aquél fue motivo de distribución; lo anterior obedece a que un catálogo no puede ser considerado propiamente como un medio de comunicación, como lo es una revista o un periódico, que además de contar con una fecha cierta de publicación, por lo general es de impresión y distribución cotidiana, elementos que no son propios del catálogo, en tanto que éste necesariamente debe ser distribuido por la persona interesada en publicitar los artículos en él contenidos. Amparo directo 174/2009. Séptimo Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Ferrero, S.P.A. 29 de julio de 2009. Unanimidad de votos. Ponente: Alberto Pérez Dayán. Secretaria: Irma Gómez Rodríguez. Tesis: I.7o.A.654 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXX, septiembre de 2009, p. 3151.

PROPIEDAD INDUSTRIAL. EL ARTÍCULO 192 DE LA LEY RELATIVA, EN CUANTO ESTABLECE QUE EN LOS PROCEDIMIENTOS DE DECLARACIÓN ADMINISTRATIVA NO SERÁ ADMISIBLE LA PRUEBA TESTIMONIAL, VIOLA LA GARANTÍA DE DEFENSA PLENA CONTENIDA EN EL SEGUNDO PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 14 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL. El artículo 192 de la Ley de la Propiedad Industrial, al establecer que en los procedimientos de declaración administrativa (de nulidad, caducidad, cancelación e infracción administrativa) no será admisible la prueba testimonial, viola la garantía a la defensa plena contenida en el segundo párrafo del artículo 14 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos porque, sin justificación alguna, niega a las partes la posibilidad de ofrecer dicha probanza para demostrar sus pretensiones, no obstante la utilidad que pudiera tener para que el juzgador alcance un conocimiento verdadero de los hechos en esa clase de procesos, y aunque el propio numeral la acepta en su versión escrita, tal modalidad altera su naturaleza al grado que su desahogo en semejantes condiciones -sin la intervención de la juzgadora y de la contraria-, le quita el carácter de prueba plena que la caracteriza y la reduce a un mero indicio, que sólo podría demostrar los hechos que con ella se pretenden mediante su adminiculación con otros medios probatorios. Amparo en revisión 422/2005. Comercial Frade, S.A. de C.V. 20 de mayo de 2005. Mayoría de cuatro votos. Disidente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretaria: Martha Elba Hurtado Ferrer. Tesis: 2a. LXVI/2005, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXI, junio de 2005, p. 239.

PROPIEDAD INDUSTRIAL, PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO EN MATERIA DE. EL ANÁLISIS EN LA RESOLUCIÓN DE PRUEBAS DESECHADAS VIOLA LA GARANTÍA DE AUDIENCIA. Las atribuciones conferidas en los artículos 192 bis de la Ley

de la Propiedad Industrial, 79 y 80 del Código Federal de Procedimientos Civiles, de aplicación supletoria, a la autoridad que conoce del procedimiento administrativo en materia de propiedad industrial, para allegarse de los medios probatorios que estime pertinentes para integrar su conocimiento y convicción sobre los hechos controvertidos, no comprende la facultad para tomar en consideración en el fallo las pruebas desechadas a las partes durante el procedimiento, pues lo contrario sería tanto como permitir la violación a la garantía de audiencia en perjuicio de la contraparte, al privarlo de la oportunidad para inconformarse con el auto por el cual se admiten y de los derechos para objetarlas y ofrecer pruebas en contra de los hechos que con ellas se pretende probar. Amparo en revisión 5017/99. Séptimo Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Colgate Palmolive Company y Director de Protección a la Propiedad Industrial del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. 13 de abril de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Carlos Alberto Bravo Melgoza. Secretario: Enrique Villanueva Chávez. Tesis: I.7o.A.107 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XII, agosto de 2000, p. 1221.

PROPIEDAD INDUSTRIAL. LAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE FOMENTO Y PROTECCION A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL QUE PREVEN EL PROCEDIMIENTO PARA OBTENER UNA DECLARACION ADMINISTRATIVA EN ESA MATERIA, NO VIOLAN LA GARANTIA DE AUDIENCIA. Si conforme al análisis sistemático de los artículos 187 a 192 de la aludida ley y, especialmente, de la atribución conferida en favor de la autoridad en materia de propiedad industrial para desechar la solicitud de declaración administrativa. se desprende la atribución para tomar esa determinación respecto de las pruebas que se ofrezcan con la mencionada solicitud, es de concluirse que las disposiciones que regulan tal desechamiento son aplicables a ambas hipótesis jurídicas. Por tanto, si de conformidad con el artículo 191 de la ley, la autoridad advierte alguna omisión o irregularidad, tiene el deber de requerir al solicitante para que, dentro del plazo de ocho días, sean subsanadas las deficiencias respectivas y, sólo en el caso de que no queden satisfechos los requisitos legales, se encuentra en aptitud de determinar el desechamiento respectivo, debe decirse que con el establecimiento de la figura de la prevención, la norma legal respeta la garantía de audiencia prevista en el artículo 14 constitucional, en lo relativo a la oportunidad probatoria de los gobernados en procedimientos que pueden culminar con una resolución privativa de derechos, por permitir al solicitante subsanar las irregularidades en el ofrecimiento de las probanzas relativas. Amparo en revisión 1664/97. Jorge Navarro Islas.- 17 de febrero de 1998.- Once votos.- Ponente: Mariano Azuela Güitrón.- Secretario: Humberto Suárez Camacho. Tesis XXXIV/1998. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VII, abril de 1998, p. 127.

Referencias bibliográficas.

- “MARCAS. FACTORES QUE DEBEN CONSIDERARSE AL ANALIZAR SU SIMILITUD, EN RELACIÓN CON EL RIESGO DE CONFUSIÓN.” Amparo directo 486/2009. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Hernán Alcocer Méndez. 4 de marzo de 2010. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A. J/96, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXIII, febrero de 2011, p. 2127.
- “MARCAS. SU CLASIFICACIÓN.” Amparo directo 239/2007. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Arturo Feldman Stark. 24 de octubre de 2007. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Mayra Susana Martínez López. Tesis: I.4o.A. J/91, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, noviembre de 2010, p.1348.
- “MARCAS. SUS COMPONENTES.” Amparo directo 486/2009. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Hernán Alcocer Méndez. 4 de marzo de 2010. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A. J/93, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXIII, enero de 2011, p. 2995.
- “MARCAS. LOS ARTÍCULOS 113, 119 Y 122 DE LA LEY DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL NO TRANSGREDEN LA GARANTÍA DE AUDIENCIA PREVIA.” Amparo directo en revisión 1931/2008. The Coca Cola Company. 18 de febrero de 2009. Cinco votos. Ponente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Secretario: Jorge Luis Revilla de la Torre. Tesis: 1a. CXXXI/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, diciembre de 2010, p. 168.
- “PROPIEDAD INDUSTRIAL. IMPORTANCIA DEL ISOTIPO EN LA CONFRONTACIÓN DE MARCAS MIXTAS O COMPUESTAS, PARA DETERMINAR SI SON SEMEJANTES EN GRADO DE CONFUSIÓN.” Amparo directo 431/2009. Décimo Quinto Tribunal en materia Administrativa del Primer Circuito. Aloe Vera of América, Inc. 5 de noviembre de 2009. Unanimidad de votos. Ponente: Armando Cortés Galván. Secretario: Gabriel Regis López. Tesis: I.15o.A.151 A,

Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, octubre de 2010, p. 3154.

- “PROPIEDAD INDUSTRIAL. TÉCNICA PARA REALIZAR EL EXAMEN DE NOVEDAD DE LAS MARCAS Y VERIFICAR SI NO SE ACTUALIZA LA PROHIBICIÓN DE SU REGISTRO EN TÉRMINOS DEL ARTÍCULO 90, FRACCIÓN XVI, DE LA LEY RELATIVA.” Amparo directo 431/2009. Décimo Quinto Tribunal en materia Administrativa del Primer Circuito. Aloe Vera of América, Inc. 5 de noviembre de 2009. Unanimidad de votos. Ponente: Armando Cortés Galván. Secretario: Gabriel Regis López. Tesis: I.15o.A.149 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, octubre de 2010, p. 3156.
- “MARCAS. CUANDO SON PROPUESTAS EN FORMA MIXTA (NOMBRE, DISEÑO Y FORMA TRIDIMENSIONAL), Y ESTE ÚLTIMO ELEMENTO NO RESULTA REGISTRABLE INDIVIDUALMENTE, TAL CIRCUNSTANCIA IMPIDE EL REGISTRO DE AQUÉLLAS”. Contradicción de tesis 471/2009. Entre las sustentadas por los Tribunales Colegiados Noveno y Décimo Séptimo, ambos en Materia Administrativa del Primer Circuito. 3 de marzo de 2010. Mayoría de tres votos. Disidentes: Sergio A. Valls Hernández y Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Ponente: Sergio A. Valls Hernández. Secretario: Miguel Ángel Antemate Chigo. Tesis: 2a. /J. 41/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXI, abril de 2010, p. 430.
- “MARCAS DESCRIPTIVAS DE PRODUCTOS O SERVICIOS. OBJETIVO DE LA PROHIBICIÓN DE SU REGISTRO.” Amparo directo 457/2009. Séptimo Tribunal Colegiado en materia administrativa del Primer Circuito. Wal-Mart Stores, Inc. 27 de enero de 2010. Unanimidad de votos. Ponente: Alberto Pérez Dayán. Secretaria: Irma Gómez Rodríguez. Tesis: I.7o.A.692 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXI, marzo de 2010, p. 3013.
- “MARCAS. LOS ELEMENTOS UTILITARIOS Y FUNCIONALES DE LOS ENVASES TRIDIMENSIONALES NO SON REGISTRABLES SI CARECEN DE DISTINTIVIDAD Y NO IDENTIFICAN A QUIEN LOS PRODUCE.” Amparo directo 201/2008. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. The Coca-Cola Company. 8 de octubre de 2008. Mayoría de votos. Disidente: Patricio González-Loyola Pérez. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A.662 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXIX, enero de 2009, p. 2769.
- “MARCAS. CLASE DE TUTELA FRENTE A LOS DIBUJOS, DISEÑOS INDUSTRIALES Y MODELOS DE UTILIDAD.” Amparo directo 201/2008. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. The Coca-Cola Company. 8 de octubre de 2008. Mayoría de votos. Disidente: Patricio González-Loyola Pérez. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Claudia Patricia Peraza Espinoza. Tesis: I.4o.A.663 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXIX, enero de 2009, p. 2769.
- “MARCAS. NO ESTÁ PROHIBIDO SU REGISTRO SI CONTIENE LAS SIGLAS DE UN TRATADO INTERNACIONAL.” Amparo en revisión 2961/97. Primer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Nafta Corporación, S.A. de C.V. 8 de enero de 1998. Unanimidad de votos. Ponente: Samuel Hernández Viazcán. Secretario: Ricardo Martínez Carbajal. Tesis: I.1o.A.24 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VIII, noviembre de 1998, p. 545.
- “MARCA NOTORIA, NOCION Y PROTECCION DE LA. NO SE REQUIERE QUE SE ENCUENTRE REGISTRADA EN EL PAIS.” Amparo en revisión 1269/84. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Gucci de México, S.A. 19 de marzo de 1985. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretario: Alejandro Garza Ruiz. Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volumen 193-198 Sexta Parte, marzo de 1985, p. 109.
- “PROPIEDAD INDUSTRIAL. LA AUTORIDAD COMPETENTE PUEDE DESECHAR PRUEBAS EN EL PROCEDIMIENTO DE DECLARACIÓN ADMINISTRATIVA EN ESA MATERIA.” Amparo en revisión 1664/97. Jorge Navarro Islas. 17 de febrero de 1998. Once votos. Ponente: Mariano Azuela Güitrón. Secretario: Humberto Suárez Camacho. Tesis: P. XXXIII/98, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VII, abril de 1998, p. 126.
- “INVENCIONES Y MARCAS, EL CONVENIO DE LA UNION DE PARIS PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL NO ES DE RANGO SUPERIOR A LA LEY DE.” Amparo en revisión 160/81. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. National Research Development Corporation. 16 de julio de 1981. Unanimidad de votos. Ponente: Sergio Hugo Chapital Gutiérrez. Tesis Aislada, Semanario Judicial de la Federación, Séptima Época, Volumen 151-156 Sexta Parte, julio de 1981, p. 101.
- “PROPIEDAD INDUSTRIAL. EL ARTÍCULO 229 DE LA LEY RELATIVA NO CONTRAVIENE EL PRINCIPIO DE SUPREMACÍA CONSTITUCIONAL.” Amparo en revisión 2110/2009. Consorzio del Formaggio Parmigiano Reggiano. 24 de marzo de 2010. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Ponente: Olga Sánchez Cordero de García

Villegas. Secretaria: Rosalía Argumosa López. Tesis: 1a. XCVI/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, julio de 2010, p. 255.

- “MARCAS. SEMEJANZA EN GRADO DE CONFUSION AUN CUANDO LOS PRODUCTOS O SERVICIOS PERTENEZCAN A DISTINTAS CLASES O GENEROS.” Amparo en revisión 1963/94. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. The Concentrate Manufacturing Company of Ireland. 14 de octubre de 1994. Mayoría de votos. Ponente y disidente: Carlos Alfredo Soto Villaseñor. Secretaria: Silvia Elizabeth Morales Quezada. Tesis: I.3o.A.584 A, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo XV-I, febrero de 1995, p. 226.
- “MARCAS EVOCATIVAS. REGISTRO DE LAS.” Amparo en revisión 1153/92. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Shaklee Corporation. 8 de julio de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Guadalupe Margarita Ortiz Blanco. Tesis: I.3o.A.484 A, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo X, octubre de 1992, p. 347.
- “MARCAS. LOS DERECHOS DE LOS TITULARES DE LAS REGISTRADAS PREVIAMENTE, PUEDEN VERSE AFECTADOS HASTA QUE SE OTORGA EL TÍTULO QUE AMPARA EL REGISTRO Y ÉSTE SE PUBLICA EN LA GACETA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.” Amparo directo en revisión 1931/2008. The Coca Cola Company. 18 de febrero de 2009. Cinco votos. Ponente: José de Jesús Gudiño Pelayo. Secretario: Jorge Luis Revilla de la Torre. Tesis: 1a. CXXXII/2010, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, diciembre de 2010, p. 169.
- “MARCAS. LA DECLARACIÓN DE NULIDAD DEL REGISTRO RELATIVO POR EL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, NO IMPLICA UNA INVASIÓN EN LAS FUNCIONES DEL PODER JUDICIAL EN EL DESEMPEÑO DE SUS TAREAS JURISDICCIONALES.” Amparo en revisión 2444/2003. José Luis Enrique Corella Gordillo. 25 de agosto de 2004. Unanimidad de cuatro votos. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretario: Manuel González Díaz. Tesis: 1a. CLIV/2004, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXI, enero de 2005, p.423.
- “CADUCIDAD DE LA PATENTE. PROCEDE DECLARARLA CON FUNDAMENTO EN UNA LEGISLACION INTERNA, DISTINTA DEL CONVENIO DE PARIS PARA LA PROTECCION DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL.” Amparo en revisión 864/88. Cuarto Tribunal Colegiado en materia administrativa del Primer Circuito. Schllimberger Surencó, S. A. 18 de agosto de 1988. Unanimidad de votos. Ponente: Hilario Bárcenas Chávez. Secretaria: Elsa Fernández Martínez. Tesis aislada, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Volumen II, Segunda parte-1, julio a diciembre de 1988, p. 152.
- “PROPIEDAD INDUSTRIAL. ES NECESARIA UNA PREVIA DECLARACIÓN POR PARTE DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL, SOBRE LA EXISTENCIA DE INFRACCIONES EN LA MATERIA PARA LA PROCEDENCIA DE LA ACCIÓN DE INDEMNIZACIÓN POR DAÑOS Y PERJUICIOS.” Contradicción de tesis 31/2003-PS. Entre las sustentadas por el Segundo Tribunal Colegiado, el Décimo Primer Tribunal Colegiado y el Décimo Tercer Tribunal Colegiado, todos en Materia Civil del Primer Circuito. 17 de marzo de 2004. Mayoría de tres votos. Ausente: Humberto Román Palacios. Disidente: José Ramón Cossío Díaz. Ponente: Juan N. Silva Meza. Secretario: Manuel González Díaz. Tesis: 1a./J. 13/2004, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XIX, Mayo de 2004, p. 365.
- “MARCAS. INFRACCIONES ADMINISTRATIVAS. EL TITULAR DE UN REGISTRO MARCARIO QUE DENUNCIA ÉSTAS, TIENE INTERÉS PARA PROMOVER JUICIO DE AMPARO EN CONTRA DE LA RESOLUCIÓN NEGATIVA QUE RECAIGA EN DICHO PROCEDIMIENTO.” Contradicción de tesis 77/2000-SS. Entre las sustentadas por el Décimo y Segundo Tribunales Colegiados ambos en Materia Administrativa del Primer Circuito. 26 de enero de 2001. Unanimidad de cuatro votos. Ausente: Sergio Salvador Aguirre Anguiano. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretaria: Silvia Elizabeth Morales Quezada. Tesis: 2a./J. 10/2001, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XIII, febrero de 2001, p. 250.
- “MARCAS. SIMILITUD FONÉTICA EN GRADO DE CONFUSIÓN. DEBE ATENDERSE AL ELEMENTO DOMINANTE.” Amparo directo 239/2007. Cuarto Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Arturo Feldman Stark. 24 de octubre de 2007. Unanimidad de votos. Ponente: Jean Claude Tron Petit. Secretaria: Mayra Susana Martínez López. Tesis: I.4o.A. J/85, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXXII, noviembre de 2010, p. 1347.
- “PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO SEGUIDO EN FORMA DE JUICIO. LO ES EL PROCEDIMIENTO PARA LA DECLARACION ADMINISTRATIVA DE INFRACCION DE LA LEY DE INVENCIONES Y MARCAS VIGENTE DEL ONCE DE FEBRERO DE MIL NOVECIENTOS SETENTA Y SEIS AL VEINTISIETE DE JUNIO DE MIL NOVECIENTOS NOVENTA Y UNO (ARTICULO 114, FRACCION II, SEGUNDO PARRAFO, DE LA LEY DE AMPARO).” Amparo en revisión 583/92. Tercer Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Chongos Coronado, S.A. 18 de marzo de 1992. Unanimidad de votos. Ponente: Genaro David Góngora Pimentel. Secretaria: Guadalupe Robles Denetro. Tesis:

I.3o.A.468 A, Semanario Judicial de la Federación, Octava Época, Tomo X, agosto de 1992, p. 601.

- “MARCAS. PARA ACREDITAR A TRAVÉS DE UN CATÁLOGO QUE LOS PRODUCTOS PARA LOS QUE FUERON REGISTRADAS SE ENCUENTRAN DISPONIBLES EN EL MERCADO Y ASÍ DEMOSTRAR EL USO DE AQUÉLLAS, SE REQUIERE QUE ADEMÁS DE SU EXISTENCIA FÍSICA SE PRUEBE, AUNQUE SEA INDICIARIAMENTE, QUE AQUÉL FUE MOTIVO DE DISTRIBUCIÓN.” Amparo directo 174/2009. Séptimo Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Ferrero, S.P.A. 29 de julio de 2009. Unanimidad de votos. Ponente: Alberto Pérez Dayán. Secretaria: Irma Gómez Rodríguez. Tesis: I.7o.A.654 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXX, septiembre de 2009, p. 3151.
- “PROPIEDAD INDUSTRIAL. EL ARTÍCULO 192 DE LA LEY RELATIVA, EN CUANTO ESTABLECE QUE EN LOS PROCEDIMIENTOS DE DECLARACIÓN ADMINISTRATIVA NO SERÁ ADMISIBLE LA PRUEBA TESTIMONIAL, VIOLA LA GARANTÍA DE DEFENSA PLENA CONTENIDA EN EL SEGUNDO PÁRRAFO DEL ARTÍCULO 14 DE LA CONSTITUCIÓN FEDERAL”. Amparo en revisión 422/2005. Comercial Frade, S.A. de C.V. 20 de mayo de 2005. Mayoría de cuatro votos. Disidente: Guillermo I. Ortiz Mayagoitia. Ponente: Juan Díaz Romero. Secretaria: Martha Elba Hurtado Ferrer. Tesis: 2a. LXVI/2005, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XXI, junio de 2005, p. 239.
- “PROPIEDAD INDUSTRIAL, PROCEDIMIENTO ADMINISTRATIVO EN MATERIA DE. EL ANÁLISIS EN LA RESOLUCIÓN DE PRUEBAS DESECHADAS VIOLA LA GARANTÍA DE AUDIENCIA.” Amparo en revisión 5017/99. Séptimo Tribunal Colegiado en materia Administrativa del Primer Circuito. Colgate Palmolive Company y Director de Protección a la Propiedad Industrial del Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. 13 de abril de 2000. Unanimidad de votos. Ponente: Carlos Alberto Bravo Melgoza. Secretario: Enrique Villanueva Chávez. Tesis: I.7o.A.107 A, Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo XII, agosto de 2000, p. 1221.
- “PROPIEDAD INDUSTRIAL. LAS DISPOSICIONES DE LA LEY DE FOMENTO Y PROTECCION A LA PROPIEDAD INDUSTRIAL QUE PREVEN EL PROCEDIMIENTO PARA OBTENER UNA DECLARACION ADMINISTRATIVA EN ESA MATERIA, NO VIOLAN LA GARANTIA DE AUDIENCIA.” Amparo en revisión 1664/97. Jorge Navarro Islas.- 17 de febrero de 1998.- Once votos.- Ponente: Mariano Azuela Güitrón.- Secretario: Humberto Suárez Camacho. Tesis XXXIV/1998. Semanario Judicial de la Federación y su Gaceta, Novena Época, Tomo VII, abril de 1998, p. 127.