

Resolución N° **0636**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 952 DE FECHA 15 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TLG Y ETIQUETA", CLASE 12, EXPEDIENTE N° 20868/2023, SOLICITADA POR TAILG SCIENCE AND TECHNOLOGY CO., LTD. -----

criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. Si bien comparten elementos en común, ello no necesariamente trae aparejado el riesgo de confusión, toda vez que en su conjunto sea posible distinguirlas. En tal sentido, Jorge Otamendi sostiene que: *"El derecho marcario no protege prefijos o partículas comunes cuando no constituyen por sí mismos el signo distintivo."* -----

Que, a los efectos de cotejar las marcas en pugna, existen criterios generales avalados, tanto por la doctrina como por la jurisprudencia, que permiten sopesar las similitudes dentro de los campos gráfico y fonético, así como del aspecto ideológico o conceptual. Además en su conjunto, deben ser tenidas en cuenta las coberturas. Al realizar el cotejo de las marcas se aprecia que tanto la marca solicitada como la marca base de rechazo poseen elementos que permiten distinguirlas claramente, conforme se puede apreciar en la siguiente comparación: -----

TLG Y ETIQUETA	(solicitada), y
TL	(base de rechazo)

Que, al realizar el análisis ortográfico o visual, debe tenerse presente que la comparación visual de las marcas denominativas tenga en cuenta el número de palabras, la secuencia de letras y la estructura general de los signos. Al realizar el cotejo visual y ortográfico de las marcas vemos que la marca antecedente se encuentra compuesta por una sigla de dos letras "TL", la marca solicitada se encuentra compuesta por una sigla de tres letras "TLG" y la "ETIQUETA". Aunque ambos signos sean similares, la impresión de conjunto es la que debe prevalecer y no los elementos aislados. -----

Que, ahondando en el cotejo de las denominaciones, y a fin de realizar el análisis fonético debe tenerse en cuenta el número y la secuencia de sus sílabas, así como su orden, ritmo y acentuación. La marca solicitada "TLG", como se ha mencionado, es un sigla de tres letras (T-L-G). Por su parte, la marca antecedente "TL" es una marca compuesta por una sigla de dos letras. Las mismas difieren ya que la marca solicitada termina con la letra G. Por lo tanto, el consumidor pronunciará la marca antecedente como "TE - ELE", mientras que pronunciará la marca solicitada como "TE - ELE - GE". -----

Que, al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY" señalan cuanto sigue: *"(...) La comparación visual de las marcas denominativas se basa en un análisis del número y la secuencia de las letras o caracteres, la posición de las palabras o de los caracteres coincidentes, el número de palabras y la estructura de los signos (por ejemplo, los elementos denominativos separados o unidos mediante guiones) [...] Se entenderá que existe similitud fonética si el sonido de la pronunciación de los elementos verbales de los signos comparados fuese el mismo, o lo suficientemente cercano para que no se puedan distinguir auditivamente. Los elementos clave para determinar la impresión fonética general de un signo denominativo son sus letras y sílabas y su orden y acentuación particulares. El examen de las sílabas comunes reviste una especial importancia al comparar marcas fonéticamente, ya que una similitud fonética estará determinada por las sílabas comunes y su combinación idéntica o similar. Por ejemplo, los siguientes signos denominativos contienen algunas sílabas iguales pero otras diferentes o con un ritmo de pronunciación diferente por lo que son fonéticamente diferentes: Signo anterior CLENOSAN Signo posterior ALEOSAN¹(...)"* -----

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), *Directrices para el examen de marcas en Paraguay*, pp. 147 y 266. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>

Resolución N°

0636

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 952 DE FECHA 15 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TLG Y ETIQUETA", CLASE 12, EXPEDIENTE N° 20868/2023, SOLICITADA POR TAILG SCIENCE AND TECHNOLOGY CO., LTD. -----

Asunción,

13 AGO 2024

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de TAILG SCIENCE AND TECHNOLOGY CO., LTD., contra la Resolución N° 952 de fecha 15 de julio de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 24 de julio de 2024 se presenta el representante convencional de TAILG SCIENCE AND TECHNOLOGY CO., LTD., e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 952 de fecha 15 de julio de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 14 de agosto de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 12 de septiembre de 2024 el representante convencional de TAILG SCIENCE AND TECHNOLOGY CO., LTD., expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 13 de septiembre de 2024. -----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución considera que: "(...) Que la solicitud ha sido sometida a examen de fondo, de conformidad con la Ley 1294/98. **C O N S I D E R A N D O:** Que la solicitud de registro de la marca TLG ha sido presentada para amparar los productos de la clase 12. Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente Denominación 2017-1757195 TL Clase 12 Registro Titular 461945 Inverfin Saeca [PY] Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores., por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...)" -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) La marca antecedente "TL" está compuesta por la unión de dos letras, constituyéndose así en una denominación simple; mientras que la marca solicitada "TLG" y etiqueta si bien también se constituye en una denominación simple, la misma está compuesta por tres letras que la conforman, terminando con la letra "G" y cabe resaltar que dicha denominación es una alusión directa al nombre comercial del cliente y vista la marca como un conjunto, el público en general entiende a la marca "TLG Y ETIQUETA", como una correlación directa con el nombre de su titular.../... la denominación de mi mandante "TLG" aparte de generar una alusión directa al nombre comercial de mi cliente, se constituye en una abreviatura que hace referencia al Slogan "Try Love Go" que se traduce como "Intenta – Ama – Avanza" .../ Además, las siglas TLG son una abreviación del nombre comercial de mi representada, conformada por sus tres consonantes TAILG(...)" -----

Que, corresponde a esta dependencia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto. -----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el



Resolución N° 0636

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 952 DE FECHA 15 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TLG Y ETIQUETA", CLASE 12, EXPEDIENTE N° 20868/2023, SOLICITADA POR TAILG SCIENCE AND TECHNOLOGY CO., LTD. -----

Que, la marca solicitada es una marca mixta, la denominación solicitada va acompañada de una etiqueta que consiste en la denominación "TLG" escrita en letras características en color negro, aportando este elemento cierta distintividad a la marca: -----

marca solicitada

TLG

Que, al realizar el cotejo de las coberturas de las marcas analizadas en el caso de autos, vemos que la marca "TLG Y ETIQUETA" pretende el registro para la clase 12, para los siguientes productos: "Locomotoras; Coches; Motocicletas; bicicletas; bicicletas eléctricas; carritos; aviones; motocicletas eléctricas; trineos [vehículos]; dispositivos antirrobo para vehículos; scooters eléctricos de dos ruedas autoequilibrantes; scooters eléctricos de empuje [vehículos]; neumáticos para ruedas de vehículos; triciclos eléctricos; vehículos eléctricos; alarmas antirrobo para vehículos; bocinas para vehículos"; la marca "TL" se encuentra registrada en la clase 12, para los productos: "Motos, motocicletas, sus partes y accesorios". -----

Que, si bien es cierto que las marcas enfrentadas amparan productos de la misma clase 12, las diferencias señaladas, nos permiten colegir que las mismas podrán coexistir pacíficamente en el mercado. -

Que, en conclusión, la marca solicitada es un signo con características propias que lo hacen diferente, original y distintivo. Conforme a lo anteriormente expuesto, corresponde revocar la resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

Art. 1º REVOCAR la Resolución N° 952 de fecha 15 de julio de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----

Art. 2º ORDENAR la prosecución de los trámites de la solicitud de registro de la marca "TLG Y ETIQUETA", clase 12, Acta N° 20868/2023 solicitada a nombre de TAILG SCIENCE AND TECHNOLOGY CO., LTD. -----

Art. 3º NOTIFÍQUESE.-----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

Resolución N°

0637

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1045 DE FECHA 12 DE AGOSTO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "GLOW BEAUTY", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 21460/2023 A NOMBRE DE MARIA VERONICA MIRET PAVON. -----

pertenece. Dicho carácter debe desprenderse del significado que posee para los consumidores en el lenguaje corriente. En ese orden de ideas, la solicitud de registro de marca "GLOW BEAUTY" fue presentada para cubrir servicios de la clase 35 del nomenclador internacional, que textualmente describe: "*Venta de cosméticos, artículos deportivos y suplementos deportivos.*". A los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "GLOW BEAUTY" resulta genérica para los servicios que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los productos que solicita. En ese sentido, tenemos que dicha denominación no constituye el nombre habitual con el que se designa a los servicios de la clase 35 del nomenclador internacional.-----

Que, si bien la denominación solicitada GLOW BEAUTY está compuesta por dos vocablos, GLOW que hace alusión a la radiante o iluminada y BEAUTY que significa belleza, los cuales podrían ser considerados genéricos por separado pero que en su conjunto proyectan una denominación novedosa y original y alejan cualquier carácter descriptivo o genérico. Asimismo, el signo solicitado no designa al género o a la especie de los servicios cuya protección solicita, ni constituye la designación necesaria, usual o calificativa de los mismos. Bien podría calificarse a la misma como *evocativa*, no encontrándose cumplidos los requisitos doctrinarios para calificar a la misma como genérica o descriptiva. -----

Que, al respecto, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la marca evocativa, diciendo: "*La marca evocativa es aquella que da al consumidor una idea clara sobre alguna propiedad o característica del producto o servicio que va a distinguir, o aun de la actividad que desarrolla su titular.../... Las marcas evocativas son consideradas por los tribunales como marcas débiles. El argumento en el que se basa esta afirmación es que cualquier persona tiene el derecho de evocar en sus marcas las propiedades o características de los productos o servicios que va a distinguir con ellas. Esto hace que el titular de una marca evocativa deba aceptar, o no pueda impedir, que otras marcas evoquen también las mismas propiedades o características.*"-----

Que, un criterio adicional a ser analizado a la hora de determinar la posible concesión de la marca solicitada es si la palabra es de uso común en el nomenclador solicitado. En ese sentido, según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, se encuentran registradas, en la misma clase, las marcas: NATURAL BEAUTY, Registro N° 625186; MALUNA CARE & BEAUTY, Registro N° 630622; ARMANI BEAUTY, Registro N° 628292; extremo que demuestra la coexistencia pacífica de las mismas dentro del mercado, por ende, esta Dirección no encuentra fundamentos legales que impidan que la solicitud de registro actual pueda madurar en registro. -----

Que, siendo así, el vocablo "BEAUTY" deviene irrelevante para el cotejo marcario y debe ser desechado en el análisis ya que los vocablos de uso común pueden ser utilizados libremente, sin que nadie pueda intentar monopolizarlos, tal y como lo expresa claramente el Art. 16 de la Ley N° 1294/1998 de Marcas que textualmente expresa "*Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, la protección de exclusividad no se extenderá a los elementos contenidos en ella que fuesen de uso común o necesario en el comercio*".-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección considera que es un signo que posee las

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Dirección General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0637

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1045 DE FECHA 12 DE AGOSTO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "GLOW BEAUTY", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 21460/2023 A NOMBRE DE MARIA VERONICA MIRET PAVON. -----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de MARIA VERONICA MIRET PAVON. contra la Resolución N° 1045 de fecha 12 de agosto de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 17 de octubre de 2024 se presenta el representante convencional de MARIA VERONICA MIRET PAVON e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución No. 1045 de fecha 12 de agosto de 2024, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 31 de octubre de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 11 de noviembre de 2024, el representante convencional del solicitante expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 18 de noviembre de 2024. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...)Que habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: "Art. 2 inc. e) ... los que consistan enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio., La denominación se considera descriptiva y sin distintividad alguna con relación a los productos que desea proteger. En consecuencia, no ha lugar a lo solicitado (...)". -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) La marca solicitada GLOW BEAUTY, una expresión en inglés cuyo significado es desconocido para los paraguayos en general./Además de ser una GLOW BEAUTY una marca completamente extraña a los consumidores, se da la situación de que traduciéndola del inglés al español la expresión no tiene conexión alguna con los servicios que protege. En efecto, GLOW BEAUTY significa "belleza luminosa". Y la marca protege "venta de cosméticos, artículos deportivos y suplementos deportivos"./ En este caso se unen dos situaciones que hacen que la marca sea suficientemente distintiva: a) Está en un idioma extranjero; b) traducida al español, no es genérico ni describe los servicios protegidos. Corresponde hacer lugar a la apelación (...)". -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, la jurisprudencia y doctrina más destacada sobre la materia que nos convoca, afirman que una denominación posee el carácter de genérica, respecto de un producto o servicio, cuando la misma constituye la denominación con la que necesaria y corrientemente se designa al género al que ese producto o servicio



Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0637

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1045 DE FECHA 12 DE AGOSTO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "GLOW BEAUTY", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 21460/2023 A NOMBRE DE MARIA VERONICA MIRET PAVON. -----

características necesarias para madurar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

POR TANTO,

LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL

RESUELVE:

- Art. 1º REVOCAR la Resolución N° 1045 de fecha 12 de agosto de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "GLOW BEAUTY", clase 35, Expediente. N° 21460/2023, solicitada a nombre de MARIA VERONICA MIRET PAVON. -----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE por Cédula. -----




Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

Resolución N° **0638**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1052 DE FECHA 12 DE AGOSTO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "PARAGUAY ETE", CLASE 41, EXPEDIENTE N° 25205/2023, SOLICITADA POR JAZMIN ROCIO GARCIA VERA.-----

Que, en ese orden de ideas, y atendiendo a la defensa del interés del público consumidor, corresponde a esta instancia administrativa realizar el análisis de la solicitud en trámite y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

En primer lugar, vemos que la marca cuya inscripción se solicita está íntegramente conformada por expresiones que, en su conjunto, no describen de manera directa el destino y composición de los servicios ofrecidos. "PARAGUAY ETE", integrada por el nombre del país "Paraguay" y el vocablo "ETE", perteneciente al idioma guaraní, cuya traducción remite a las ideas de autenticidad, genuinidad o intensidad. Apreciado en su conjunto, el signo evoca una idea de identidad o autenticidad paraguaya, sin constituir la designación habitual de los servicios reivindicados. -----

Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca en cuestión resulta genérica para los servicios que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los servicios que solicita. En ese orden de ideas, la cobertura de los servicios solicitados dentro del nomenclador es un factor clave al momento de determinar la genericidad de la solicitud de autos. En ese sentido, la solicitud de registro de marca "PARAGUAY ETE", pretende obtener cobertura para productos de la clase 41, que textualmente describe: *"servicios de compositores y autores de música; servicios de composición musical; producción musical; representación de espectáculos en vivo; producción de espectáculos; organización de bailes; grupo folklórico de músicas y danzas."* -----

Que, si bien la expresión "PARAGUAY ETE" puede resultar conocida dentro del ámbito nacional como una locución evocativa de la identidad paraguaya, dicha circunstancia no basta para concluir que carezca de aptitud distintiva. En efecto, la notoriedad o el uso frecuente de una expresión no implica, por sí solo, que ésta constituya una designación descriptiva de los servicios que pretende distinguir, siendo necesario que exista una relación directa e inmediata entre el signo y las características de los servicios, circunstancia que no se verifica en el presente caso. -----

Que, las Directrices para el Examen de Marcas establecen que: *"Se considerará que un elemento tiene un carácter distintivo bajo o débil si se refiere a las características de los productos y servicios sin llegar a ser meramente descriptivo de estos. Si el elemento solo evoca los productos o servicios de manera imaginativa o indirecta, el signo tendría un carácter distintivo débil o bajo, pero podría funcionar como marca."* Entonces, aun si la expresión "PARAGUAY ETE" evoca la identidad paraguaya o el contenido cultural de los servicios, esa evocación indirecta no la convierte en descriptiva y, por el contrario, las propias Directrices reconocen que un signo evocativo puede funcionar como marca. -----

Que, ahondando aún más en el análisis, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS expone: *"Respecto a la diferencia entre las designaciones descriptivas y las evocativas, escribe: "Existe una línea divisoria tenue entre los signos evocativos registrables y los descriptivos que no lo son. Los signos evocativos dan una idea de cuál es el producto o servicio en cuestión o sobre sus componentes o características. A veces, más que una idea, se trata de una certeza, y esto es lógico puesto que, de lo contrario, la marca sería engañosa. El signo descriptivo también designa estas mismas características, funciones, destino, origen, calidad, componentes, etcétera. La diferencia está en que la designación*

Resolución N°

0638

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1052 DE FECHA 12 DE AGOSTO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "PARAGUAY ETE", CLASE 41, EXPEDIENTE N° 25205/2023, SOLICITADA POR JAZMIN ROCIO GARCIA VERA.-----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de JAZMIN ROCIO GARCIA VERA contra la Resolución N° 1052 de fecha 12 de agosto de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 16 de septiembre de 2024 se presenta el representante convencional de JAZMIN ROCIO GARCIA VERA e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1052 de fecha 12 de agosto de 2024, dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 23 de septiembre de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 18 de octubre de 2024, el representante convencional de JAZMIN ROCIO GARCIA VERA expresó agravios. Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 27 de junio de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera: "(...) *habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: "Art. 2 inc. e) ... los que consisten enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio".*-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) *la denominación "PARAGUAY ETE" no es una designación genérica ya que no consiste enteramente en un signo que sea EL NOMBRE o DESIGNACIÓN del producto o servicio de que se trate./ ...No existe en ningún lugar del mundo servicios de la clase 41 cuyo nombre genérico, contenga las palabras PARAGUAY o la palabra ETE como denominación natural y necesaria para describir un servicio de la clase 41, razón por la cual no puede ser considerada como designación descriptiva y mucho menos genérica./ ... la marca PARAGUAY ETE corresponde a la designación de un GRUPO FOLCLORICO que desea seguir teniendo la protección de la marca PARAGUAY ETE para los servicios de la clase 41 especificados en nuestra solicitud...*" -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----



Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0638

POR LA CUAL SE REVOKA LA RESOLUCIÓN N° 1052 DE FECHA 12 DE AGOSTO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "PARAGUAY ETE", CLASE 41, EXPEDIENTE N° 25205/2023, SOLICITADA POR JAZMIN ROCIO GARCIA VERA.-----

descriptiva es la necesaria o usual para aquello que se describe. La evocativa siempre tendrá en su conformación algún elemento que la hará, en menor o mayor grado, de fantasía. Al concederse una marca evocativa no se quita del dominio público ninguna palabra que se use para describir característica alguna de productos o servicios. No sucede lo mismo si se registrase una designación descriptiva...". -----

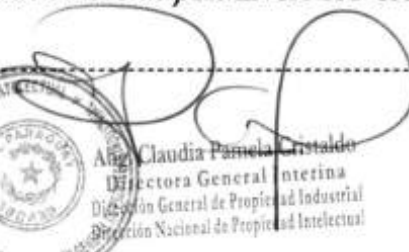
Que, de conformidad a lo previamente sostenido, la expresión "PARAGUAY ETE" no constituye la designación habitual de los servicios reivindicados ni describe directamente sus características, sino que únicamente evoca una idea de identidad cultural, conservando la aptitud distintiva mínima exigida por la Ley N.º 1294/98 para acceder al registro. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección arriba a la conclusión de que es viable su registro en esas condiciones, por tanto, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 1052 de fecha 12 de agosto de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "PARAGUAY ETE", clase 41, **Acta N° 25205/2023**, solicitada a nombre de **JAZMIN ROCIO GARCIA VERA**.-
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE**.-----




Alicia Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0639**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1778 DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SMART" Y ETIQUETA, CLASE 12, EXPEDIENTE N° 40498/2023 A NOMBRE DE SMART AUTOMOBILE CO., LTD. -----

constituye la denominación con la que necesaria y corrientemente se designa al género al que ese producto o servicio pertenece. Dicho carácter debe desprenderse del significado que posee para los consumidores en el lenguaje corriente. En ese orden de ideas, la solicitud de registro de marca "SMART" fue presentada para cubrir productos de la clase 12 del nomenclador internacional, que textualmente describe: "Vehículos de locomoción terrestre, aérea, acuática o ferroviaria; Motores eléctricos para vehículos terrestres; Dispositivos antirrobo para vehículos; asientos de seguridad para niños, en vehículos; Puertas para vehículos; Parachoques para automóviles; Cinturones de seguridad para asientos de vehículos; Tapicería para vehículos; Ruedas de vehículos; Asientos de vehículos; ventanillas de vehículos; parabrisas de vehículos; Cajas de cambios para vehículos terrestres; Motores para vehículos terrestres; limpiaparabrisas; Suspensiones para vehículos; Zapatas de freno para vehículos; Amortiguadores para automóviles; Motores para vehículos terrestres; Pastillas de freno para automóviles; Ejes para vehículos; Chasis de automóviles; carrocerías para vehículos; automóviles; Llantas para ruedas de vehículos, comprendidos en la clase 12 (DOCE)". A los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "SMART" resulta genérica para los productos que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los productos que solicita. En ese sentido, tenemos que dicha denominación no constituye el nombre habitual con el que se designa a los productos de la clase 12 del nomenclador internacional.-----

Que, si bien la denominación solicitada SMART está compuesta por un vocablo en el idioma inglés, que significa "inteligente" y un logotipo distintivo. Asimismo, el signo solicitado no designa al género o a la especie de productos cuya protección solicita, ni constituye la designación necesaria, usual o calificativa de los mismos. Bien podría calificarse a la misma como *evocativa*, no encontrándose cumplidos los requisitos doctrinarios para calificar a la misma como genérica o descriptiva. -----

Marca solicitada



Que, al respecto, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la marca evocativa, diciendo: "La marca evocativa es aquella que da al consumidor una idea clara sobre alguna propiedad o característica del producto o servicio que va a distinguir, o aun de la actividad que desarrolla su titular.../... Las marcas evocativas son consideradas por los tribunales como marcas débiles. El argumento en el que se basa esta afirmación es que cualquier persona tiene el derecho de evocar en sus marcas las propiedades o características de los productos o servicios que va a distinguir con ellas. Esto hace que el titular de una marca evocativa deba aceptar, o no pueda impedir, que otras marcas evoquen también las mismas propiedades o características."-----

Que, un criterio adicional a ser analizado a la hora de determinar la posible concesión de la marca solicitada es si la palabra es de uso común en el nomenclador solicitado. En ese sentido, según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, se encuentran registradas, en la misma clase, las marcas: KENTON SMART, Registro N° 621592; HANKOOK SMART CITY, Registro N° 586090; extremo que



Resolución N°

0639

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1778 DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SMART" Y ETIQUETA, CLASE 12, EXPEDIENTE N° 40498/2023 A NOMBRE DE SMART AUTOMOBILE CO., LTD. -----

Asunción, 13 AGO 2025

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de SMART AUTOMOBILE CO., LTD., contra la Resolución N° 1778 de fecha 12 de noviembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 28 de noviembre de 2024 se presenta el representante convencional de SMART AUTOMOBILE CO., LTD., e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución No. 1778 de fecha 12 de noviembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 6 de diciembre de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 3 de enero de 2025, el representante convencional del solicitante expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 10 de enero de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...)Que habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: "Art. 2 inc. e) ... los que consisten enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio., La denominación se considera descriptiva y sin distintividad alguna con relación a los productos que desea proteger. En consecuencia, no ha lugar a lo solicitado (...)" -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) la marca pretendida por mi mandante consiste en la denominación SMART, en letras estilizadas especiales, debajo de un diseño circular de color negro. De esta manera, el juicio sobre la distintividad de la marca solicitada debe realizarse considerándola en su totalidad y no en sus elementos separados.../ ... la palabra SMART y su diseño alusivo, creemos que tanto la palabra estilizada como el diseño en cuestión son inherentemente distintivos. / ... la firma SMART AUTOMOBILE CO., LTD., es una empresa altamente reconocida a nivel internacional y desde el nacimiento de la marca en los años 90, siempre ha mantenido la visión de explorar las mejores soluciones para la movilidad urbana del futuro.../ Que, la marca SMART y etiqueta, es no solamente el signo marcario de mi representada, la firma smart Automobile Co., Ltd., sino también forma parte esencial de su NOMBRE COMERCIAL(...)". -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto. -----

Que, la jurisprudencia y doctrina más destacada sobre la materia que nos convoca, afirman que una denominación posee el carácter de genérica, respecto de un producto o servicio, cuando la misma



Abg. Claudia Pantoja Castaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0639

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1778 DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SMART" Y ETIQUETA, CLASE 12, EXPEDIENTE N° 40498/2023 A NOMBRE DE SMART AUTOMOBILE CO., LTD. -----

demuestra la coexistencia pacífica de las mismas dentro del mercado, por ende, esta Dirección no encuentra fundamentos legales que impidan que la solicitud de registro actual pueda madurar en registro. -

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección considera que es un signo que posee las características necesarias para madurar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 1778 de fecha 12 de noviembre de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "SMART" Y ETIQUETA, clase 12, Expediente. N° 40498/2023, solicitada a nombre de SMART AUTOMOBILE CO., LTD. -----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE** por Cédula. -----



Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1782 DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SMART Y ETIQUETA", CLASE 37, EXPEDIENTE N° 40504/2023, SOLICITADO POR SMART AUTOMOBILE CO., LTD.----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca mixta "SMART" Clase 37 y la marca mixta base de rechazo "SMARTFLOWER" Clase 37. -----

Que, del cotejo ortográfico y fonético realizado entre las denominaciones, se advierte que la marca solicitada "SMART" reproduce en el mismo orden, las cuatro letras del primer vocablo que conforma la denominación de la marca antecedente "SMARTFLOWER". No obstante, la marca antecedente adhiere el término "FLOWER", lo cual le otorga una estructura gráfica y fonética significativamente más extensa. Mientras que "SMART" se compone de una sola sílaba, "SMARTFLOWER" presenta una estructura fonética más extensa y elaborada al articularse en dos vocablos. Asimismo, en el caso de autos, corresponde realizar un análisis semántico/conceptual a fin de comprender el significado de las marcas analizadas. En este caso, la denominación de la solicitada está conformada por un vocablo del idioma inglés: "SMART", que significa "inteligente", lo que añade una carga semántica y por ende fonética claramente diferente a la que podría atribuirse a la adversa "SMARTFLOWER" dos vocablos en inglés que refiere simplemente a "flor inteligente o flor solar". -----

SMART (solicitada), y

SMARTFLOWER (marca base de rechazo)

Que, desechando el análisis fonético-gramatical, también vemos que las marcas en pugna son muy distintivas que las hacen más inconfundibles. Al respecto, en un cotejo de la etiqueta de la solicitud de marca en cuestión, vemos que le otorga un carácter propio y notoriamente disímil a la marca antecedente: -

Marca solicitada



Resolución N°

0640

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1782 DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SMART Y ETIQUETA", CLASE 37, EXPEDIENTE N° 40504/2023, SOLICITADO POR SMART AUTOMOBILE CO., LTD.----

Asunción, **13 AGO 2026**

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de **SMART AUTOMOBILE CO., LTD.**, contra la Resolución N° 1782 de fecha 12 de noviembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 28 de noviembre de 2024 se presenta el representante convencional de **SMART AUTOMOBILE CO., LTD.**, e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1782 de fecha 12 de noviembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 6 de diciembre de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 3 de enero de 2025, el representante convencional de **SMART AUTOMOBILE CO., LTD.**, expresó agravios. Esta Dirección General tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 10 de enero de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...) Que, habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2017-1783645 Denominación "SMARTFLOWER" Clase 37 Registro 477131 Titular Pedro Antonio Cataldo Cristaldo [PY] Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.- por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...).-----

Que, entre otros argumentos, se agravia la apelante y manifiesta: "(...) si bien es cierto que las marcas en pugna comparten el mismo término SMART, de igual manera podemos afirmar que la apariencia general de ambas marcas es completamente diferente, ya que la marca pretendida por mi mandante consiste en la denominación SMART, en letras estilizadas especiales, debajo de un diseño circular de color negro... mientras que el antecedente consiste en la denominación SMARTFLOWER y si bien también es una denominación simple, la misma cuenta con una terminación completamente diferente a la denominación pretendida por mi mandante.../... ambas marcas son mixtas y cuentan con etiquetas propias y alusivas, con las cuales logran distinguirse dentro del mercado.../ ... mi mandante, la firma Smart Automobile Co., Ltd., es una empresa altamente reconocida a nivel internacional.../ Que, la marca "SMART" y etiqueta, es no solamente el signo marcario de mi representada, la firma Smart Automobile Co., Ltd., sino también forma parte esencial de su NOMBRE COMERCIAL..." -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----



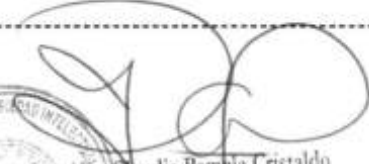
Resolución N°

0640

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1782 DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SMART Y ETIQUETA", CLASE 37, EXPEDIENTE N° 40504/2023, SOLICITADO POR SMART AUTOMOBILE CO., LTD.----

Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "SMART" Y ETIQUETA, clase 37, Expediente N° 40504/2023, solicitada a nombre de SMART AUTOMOBILE CO., LTD. -----

Art. 3º NOTIFÍQUESE .-----


Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

Resolución N°

0640

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1782 DE FECHA 12 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SMART Y ETIQUETA", CLASE 37, EXPEDIENTE N° 40504/2023, SOLICITADO POR SMART AUTOMOBILE CO., LTD.----

Marca antecedente



Que, como se puede notar al cotejar dichas marcas, las marcas analizadas no se leen de la misma manera, por ende tampoco tendrán pronunciación semejante, ni representan la misma idea conceptual. Desde esta perspectiva, la coincidencia inicial, por sí sola, no es suficiente para generar confusión en el seno del público consumidor, pues, en su conjunto, las marcas presentan diferencias significativas tanto a nivel visual, fonético y conceptual, lo que permitiría su diferenciación en el mercado. -----

Que, adicionalmente, esta Dirección considera oportuno traer a colación los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas complejas cuanto sigue: *"El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles."*. Vemos que el hecho de compartir un signo, no es elemento suficiente para inclinar la balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás elementos analizados en conjunto en la presente resolución. -----

Sobre el punto, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia de la marca oponente diciendo: *"Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."*. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para prosperar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:

Art. 1º **REVOCAR** la resolución N° 1782 de fecha 12 de noviembre de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----

¹ Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley. Asunción. 2013.

² "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi. 9ª Ed.. CABA, Abeledo Perrot, 2017 –


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Integración: Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1862 DE FECHA 17 DE JULIO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOPSERVICE EXPSS Y ETIQUETA", CLASE 37, EXPEDIENTE N° 41443/2023, SOLICITADO POR HUGO GONZALEZ. -----

Que, dicha aptitud distintiva encuentra sus límites en las prohibiciones absolutas previstas en el artículo 2° de la Ley de Marcas, entre ellas la establecida en su inciso e), que impide registrar los signos que consistan enteramente en el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o aquellos que puedan servir en el comercio para calificar o describir alguna de sus características, finalidad, destino o modalidad de prestación.-----

Al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY"¹ señala cuanto sigue: *"(...) La razón de política pública que subyace a este motivo de denegación del registro es que no deben permitirse derechos exclusivos respecto de términos puramente descriptivos que otros comerciantes puedan necesitar utilizar en el curso de operaciones comerciales para poder operar y competir normalmente. Para ser considerado "descriptivo", un signo debe considerarse siempre en relación con los productos o servicios para los que se utilizará la marca.../...La Oficina denegará el registro de un signo por ser descriptivo si el significado del signo fuese percibido inmediatamente por el público pertinente como una información sobre los productos o servicios especificados. Tal sería el caso cuando el signo proporciona información, en particular, sobre la cantidad, calidad, características, finalidad, especie o tamaño de los productos o servicios.(...)"*. Por tanto, la denominación solicitada no puede ser considerada una marca evocativa o sugestiva, sino más bien un conjunto de términos descriptivos y carentes de fuerza distintiva, que refieren de manera directa y evidente a las características funcionales del servicio. Su registro, por ende, podría afectar el interés general al otorgar a un titular el uso exclusivo de expresiones de uso común o necesarias para describir actividades similares. -----

Que, en el caso de autos, la denominación **TOPSERVICE EXPSS Y ETIQUETA**, analizada en relación con los servicios comprendidos en la clase 37, carece de la aptitud distintiva exigida por la legislación marcaria.-----

Que, el vocablo "**TOPSERVICE**" es de origen inglés cuya traducción al español será comprendida por una parte significativa del público consumidor como "servicio superior", "servicio de primera" o "servicio de excelencia", transmitiendo un mensaje laudatorio respecto de la calidad de los servicios distinguidos. En consecuencia, dicho elemento posee poca capacidad distintiva y, por sí solo, no resulta idóneo para cumplir la función esencial de una marca consistente en identificar el origen empresarial de los servicios. ---

Que, en cuanto al vocablo "**Expss**", si bien el solicitante sostiene que no se traduce al inglés "Express", este Despacho considera que el examen marcario debe efectuarse desde la perspectiva del consumidor medio, quien normalmente realiza una percepción global e inmediata del signo, sin detenerse en un análisis minucioso de cada uno de sus componentes. Entonces, la configuración gráfica y fonética del término "Expss", particularmente por iniciar con la secuencia "Exp", su ubicación dentro del conjunto marcario y su presentación tipográfica, conduce naturalmente a asociarlo con el vocablo "*Express*", ampliamente utilizado en el comercio para indicar rapidez o inmediatez en la prestación de servicios. -----

Que, aplicada "**TOPSERVICE EXPSS**" a los servicios comprendidos en la clase 37, el consumidor percibirá inmediatamente una referencia a una modalidad o característica de estos, esto es, que los servicios son prestados de manera rápida o inmediata, sin que dicha expresión posea la suficiente fuerza distintiva para individualizar un origen empresarial determinado. La omisión de determinadas letras del

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), *Directrices para el examen de marcas en Paraguay*, p. 119. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>

Resolución N°

0641

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1862 DE FECHA 17 DE JULIO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOPSERVICE EXPSS Y ETIQUETA", CLASE 37, EXPEDIENTE N° 41443/2023, SOLICITADO POR HUGO GONZALEZ. -----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional **HUGO GONZALEZ**, contra la Resolución N° 1862 de fecha 17 de julio de 2025, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 27 de agosto de 2025 se presenta el representante convencional de **HUGO GONZALEZ** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1862 de fecha 17 de julio de 2025, dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 11 de septiembre de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 13 de octubre de 2025, el representante convencional de **HUGO GONZALEZ** expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 17 de octubre de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...) Teniendo en cuenta que el solicitante no ha reivindicado derechos exclusivos sobre el término "TOPSERVICE", corresponde centrar el análisis en el vocablo "EXPSS". Al respecto, si bien el solicitante argumenta que el mismo se trata de una palabra de fantasía y no un significado concreto, no es posible pasar por alto el impacto visual que podría tener en el consumidor. No es posible negar que a primera vista, "expss" puede ser considerado como una referencia al término Express/Exprés. Es sabido que dicho termino es considerado descriptivo, por ser un adjetivo que hace referencia a la velocidad en la cual se realiza algo./ Que, en virtud de lo expuesto y en salvaguarda del interés público, esta Dirección considera que persiste el presupuesto estipulado como argumento de rechazo conforme al Artículo 6° de la Ley 1294/98 de Marcas, por este motivo corresponde confirmar la resolución recurrida." -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) La marca de autos se encuentra igualmente acompañada de la palabra "Expss", la cual es de fantasía y no tiene significado, sobre todo en este rubro./ Cuenta igualmente con un logotipo particular./ El mismo presenta una distintividad y originalidad, reforzando la mención de que no se presente la exclusividad de la palabra "TOPSERVICE", sino poder registrar Expss y su etiqueta." -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto. -----

Que, conforme al artículo 1° de la Ley N° 1294/98, la función esencial de una marca consiste en distinguir en el mercado los productos o servicios de una empresa respecto de los de sus competidores. En consecuencia, únicamente pueden acceder al registro aquellos signos que posean suficiente capacidad distintiva y permitan al consumidor identificar el origen empresarial de los servicios que distinguen. -----



Resolución N°

0641

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1862 DE FECHA 17 DE JULIO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOPSERVICE EXPSS Y ETIQUETA", CLASE 37, EXPEDIENTE N° 41443/2023, SOLICITADO POR HUGO GONZALEZ. -----

vocablo "Express" no resulta suficiente para modificar la impresión general que el consumidor obtiene del signo ni para conferirle carácter distintivo. -----

Que, asimismo, la solicitud de marca contiene un logotipo consistente en la representación de un vehículo acompañado de un símbolo de verificación guarda una relación directa con los servicios reivindicados en la clase 37, al evocar actividades vinculadas con reparación, mantenimiento, revisión o asistencia técnica de vehículos, constituyendo un elemento de naturaleza predominantemente evocativa que tampoco dota al conjunto de la distintividad necesaria para acceder al registro.-----

marca solicitada



Que, admitir el registro solicitado implicaría conceder una marca que no genera una impresión suficientemente distintiva que permita al público identificar el origen empresarial de los servicios, resultado que precisamente procura evitar la prohibición contenida en el artículo 2°, inciso e), de la Ley N° 1294/98. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la presente solicitud de registro, ésta Dirección General arriba a la conclusión de que no es viable su registro en esas condiciones, y que la misma se halla comprendida dentro de las prohibiciones establecidas en la normativa aplicable, específicamente el inc. e) del Art. 2. de la Ley 1294/98, por tanto, corresponde confirmar la Resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:

- Art. 1º CONFIRMAR la Resolución N° 1862 de fecha 17 de julio de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º ORDENAR el archivo de la solicitud de registro de la marca "TOPSERVICE EXPSS" Y ETIQUETA, clase 37, Expediente N° 41443/2023, solicitada a nombre de HUGO GONZALEZ-----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE. -----


Dña. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCION N° 1720 DE FECHA 8 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BYEM", CLASE 3, EXPEDIENTE N° 43346/2023, SOLICITADO POR SAMI EL BADAUI.-----

del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca "BYEM" y la marca base de rechazo "BIEN PROFESSIONAL".-----

Que, realizado el cotejo ortográfico y fonético, se advierte que ambas denominaciones comparten las letras B y E como así también el fonético "BIEN"/"BYEM". No obstante, difieren sustancialmente en su estructura y extensión, ya que la marca base de rechazo incorpora la palabra "PROFESSIONAL", elementos que modifican su configuración global y le otorgan una identidad propia, más compleja y diferenciada respecto de la marca solicitante. -----

BYEM (solicitada), y

BIEN PROFESSIONAL (marca base de rechazo)

Que, desde esta perspectiva, la coincidencia final, por sí sola, no es suficiente para generar confusión, pues, en su conjunto, las marcas presentan diferencias significativas tanto a nivel visual, fonético y conceptual, lo que permitiría su diferenciación en el mercado.-----

Que, en ese sentido, cuando de confusiones se trata, Jorge Otamendi en su libro "Derecho de Marcas" nos dice: "El contenido conceptual es de importancia determinante para decidir una inconfundibilidad, cuando es diferente en las marcas en pugna; porque tal contenido facilita enormemente el recuerdo de la marca" y luego manifiesta "En el cotejo marcario tiene una gran influencia el que una de las marcas tenga un contenido conceptual, o ambas, si son diferentes." El público consumidor podrá recordar con mayor facilidad esas marcas y no se dejará llevar por otras similitudes gráficas o auditivas. Por tanto, podemos concluir que, teniendo ambas marcas un contenido conceptual diferente, cubriendo incluso la misma clase, ellas no son susceptibles de causar confusión en el consumidor. -----

Que, entre la marca antecedente y la marca solicitada no existe similitud suficiente ni mucho menos de considerable o significativa magnitud, que ambas contienen elementos diferenciadores y en su conjunto, son disímiles, originales y distintivas una de la otra en todos los planos de comparación, pudiendo eventualmente coexistir pacíficamente en el seno consumidor, por ende, esta dependencia administrativa discrepa con la decisión final a la que ha arribado el A-quo, de tener por rechazada la solicitud de autos. -----

Que, tras realizar un nuevo análisis comparativo bajo los criterios de las "Directrices para el Examen de Marcas en Paraguay", aprobados por Resolución 259/2026: esta instancia considera que entre la marcas en pugna no existe un riesgo de confusión que impida su coexistencia. Si bien ambos signos comparten la fonética BIEN/BYEM, la fuerza distintiva de cada conjunto marcario reside en su conjunto. Estas denominaciones poseen una carga semántica, fonética y visual marcadamente divergente, lo que permite al



Resolución N°

0642

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCION N° 1720 DE FECHA 8 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BYEM", CLASE 3, EXPEDIENTE N° 43346/2023, SOLICITADO POR SAMI EL BADAOUÍ.

Asunción, **13 AGO 2026**

VISTO: el Recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de SAMI EL BADAOUÍ, contra la Resolución N° 1720 de fecha 8 de noviembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y;

RESULTA:

Que, en fecha 17 de diciembre de 2024 se presenta la representante convencional de SAMI EL BADAOUÍ, e interpone Recurso de Apelación contra de la Resolución N° 1720 de fecha 8 de noviembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas.

Que, en fecha 26 de diciembre de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.

Que, en fecha 29 de enero de 2025 la representante convencional del solicitante expresó agravios. Esta Dirección General tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 7 de febrero de 2025.

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución considera que: "(...) Que la solicitud de registro de la marca "BYEM" ha sido presentada para amparar los productos de la clase 3. Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca "BIEN PROFESSIONAL", registrada con el número 470009 a favor de Miguel Karnani Karnani, Comentario: Que ambas denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores, -, por lo que de conformidad al artículo 6° de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado. (...)".

Que, entre otros argumentos, se agravia la apelante y manifiesta: "(...) las marcas logran distinguirse dentro del plano visual, ya que por un lado tenemos que el antecedente "BIEN PROFESSIONAL" se constituye de una marca mixta, contando con una etiqueta propia, original, distintiva y alusiva, mientras que la marca pretendida por mi mandante "BYEM" carece de etiqueta que la distinga, por lo cual se constituye en una marca denominativa, en consecuencia, el público consumidor bajo ningún aspecto podría caer en confusión alguna, siendo plenamente viable la coexistencia pacífica dentro del mercado entre las marcas en estudio."

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad

Abg. Gladys Cecilia Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0642

POR LA CUAL SE REVOKA LA RESOLUCION N° 1720 DE FECHA 8 DE NOVIEMBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BYEM", CLASE 3, EXPEDIENTE N° 43346/2023, SOLICITADO POR SAMI EL BADAOUI.-----

consumidor medio distinguir plenamente el origen empresarial de los productos. Por tanto, al no configurarse las prohibiciones del Art. 2° de la Ley N° 1294/98, corresponde revocar el rechazo anterior y disponer la prosecución del trámite de registro.-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para prosperar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:

- Art. 1º REVOCAR la Resolución N° 1720 de fecha 8 de noviembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "BYEM", clase 3, Expediente N° 43346/2023, solicitada a nombre de SAMI EL BADAOUI.-----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE .-----



Resolución N° **0643**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 2114 DE FECHA 14 DE DICIEMBRE DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SHUTTLE SERVICE", CLASE 39, EXPEDIENTE N° 47156/2023, SOLICITADA POR NAVEMAR S.A.-----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca.-----

Que, la jurisprudencia y doctrina más destacada sobre la materia que nos convoca, afirman que una denominación posee el carácter de genérica, respecto de un producto o servicio, cuando la misma constituye la denominación con la que necesaria y corrientemente se designa al género al que ese producto o servicio pertenece. Dicho carácter debe desprenderse del significado que posee para los consumidores en el lenguaje corriente. En ese orden de ideas, la solicitud de registro de marca "SHUTTLE SERVICE" fue presentada para cubrir servicios de la clase 39 del nomenclador internacional, que textualmente describe: ***"Servicios de transporte y almacenaje, especialmente los relacionados con el transporte de mercaderías entre el Río de la Plata y el Paraguay.- No se reivindica la palabra "service".*** A los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "SHUTTLE SERVICE" resulta genérica para los servicios que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los productos que solicita. En ese sentido, tenemos que dicha denominación constituye el nombre habitual con el que se designa a uno de los servicios de la clase 39.-----

Que, si bien la denominación solicitada SHUTTLE SERVICE está compuesta por dos vocablos en el idioma inglés, los mismos se traducen a SHUTTLE que hace alusión a *transporte/traslado* y SERVICE que significa *servicios*, los cuales en conjunto se traduce a *"servicios de transporte"*, por ende, el signo solicitado designa al género o a la especie de los servicios cuya protección solicita y constituye la designación necesaria, usual o calificativa de los mismos.-----

Que, de conformidad con las Directrices para el Examen de Marcas de la DINAPI¹, las combinaciones de palabras descriptivas en idiomas distintos del castellano o guaraní pueden ser objetadas cuando los consumidores comprendan su significado descriptivo sin esfuerzo. Incluso, las propias Directrices citan como ejemplo la expresión "MARKETING SERVICE" para servicios de publicidad y promoción, por tratarse de una combinación de vocablos ingleses descriptivos de los servicios que distinguen. En el mismo sentido, la denominación "SHUTTLE SERVICE", aplicada a servicios de transporte y almacenaje, será percibida por el consumidor medio como una referencia directa a un servicio de transporte tipo "shuttle", describiendo una modalidad de prestación de dichos servicios y no su origen empresarial.-----

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), *Directrices para el examen de marcas en Paraguay*, p. 131. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Ejecutiva
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0643

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 2114 DE FECHA 14 DE DICIEMBRE DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SHUTTLE SERVICE", CLASE 39, EXPEDIENTE N° 47156/2023, SOLICITADA POR NAVEMAR S.A.-----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de NAVEMAR S.A., contra la Resolución N° 2114 de fecha 14 de diciembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 27 de diciembre de 2024 se presenta el representante convencional de NAVEMAR S.A., e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 2114 de fecha 14 de diciembre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 24 de enero de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 14 de febrero de 2025, el representante convencional de NAVEMAR S.A., expresó agravios. Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 19 de febrero de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera: "(...) habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: "Art. 2 inc. e) ... los que consisten enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio. La denominación en su traducción al español se considera descriptiva y sin distintividad alguna con relación a los servicios que desea proteger. En consecuencia no ha lugar a lo solicitado". -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) la marca "SHUTTLE SERVICE" no es una creación reciente de mi mandante, sino que se trata de una marca que ya estuvo registrada en la clase 39 a nombre de mi mandante, y cuya renovación tuvo inconvenientes y fue declarada en abandono, por más de haber sido presentado en tiempo y forma, abonando todas las tasas correspondientes. / En efecto, remitiéndonos a la base de datos de la DINAPI, se puede constatar que la marca "SHUTTLE SERVICE, LA CONEXIÓN ENTRE EL RIO DE LA PLATA Y ASUNCIÓN", clase 39, estuvo registrada en el pasado a nombre de NAVEMAR S.A., bajo Título N° 203.764 y su renovación fue solicitada posteriormente bajo Acta N° 816151./... el signo solicitado por mi principal no representa la designación habitual de los servicios contemplados en esta, ni consiste en la descripción unívoca de ellos, así como tampoco define su categoría o género./ ... la denominación "SHUTTLE SERVICE" si bien se encuentra compuesta por palabras que traducidas del inglés podrían ser consideradas descriptivas (SHUTTLE refiere a transportes frecuentes de un punto a otro) y genéricas (SERVICE) -cuyo derecho de exclusividad no se pretende-, en su conjunto, y atendiendo a las circunstancias, no constituye una marca genérica ni descriptiva. Ello es así, pues, en nuestro país, la palabra inglesa "shuttle", así como el conjunto solicitado "shuttle service", no se encuentra dentro del vocabulario general y su significado tampoco es ampliamente conocido por el público". -----



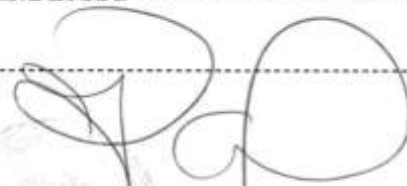
Resolución N° **0643**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 2114 DE FECHA 14 DE DICIEMBRE DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SHUTTLE SERVICE", CLASE 39, EXPEDIENTE N° 47156/2023, SOLICITADA POR NAVEMAR S.A.-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección arriba a la conclusión de que no es viable su registro en esas condiciones, por tanto, corresponde confirmar la Resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **CONFIRMAR** la Resolución N° 2114 de fecha 14 de diciembre de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** el archivo de la solicitud de registro de la marca "SHUTTLE SERVICE", clase 39, Acta N° 47156/2023, solicitada a nombre de **NAVEMAR S.A.**-----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.**-----



Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

Resolución N°

0643

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 2114 DE FECHA 14 DE DICIEMBRE DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "SHUTTLE SERVICE", CLASE 39, EXPEDIENTE N° 47156/2023, SOLICITADA POR NAVEMAR S.A.-----

Que, resulta pertinente citar la opinión de los juristas Gladys Esther Bareiro de Módica y Carlos Alberto Módica, quienes señalan: "(...) En cuanto al principio de distintividad, la marca tiene que tener la aptitud de distinguir el signo de otros similares. Esto es fundamental, pues de lo contrario no podrá funcionar como tal. Por ello, se excluye el registro de signos genéricos o descriptivos, pues los mismos no individualizan productos o servicios, es decir, no son hábiles para distinguir producto o servicio alguno de otros (...)".² Expresan igualmente los autores: "Se consideran genéricos los nombres comunes referidos a una categoría determinada de objetos, sin una determinación precisa. Tienen la naturaleza misma de las cosas designadas y están enteramente incorporados a ellas. Por ejemplo, Naranja no puede ser marca de frutas, ni Caramelo marca de golosina. La prohibición de registrar signos genéricos protege el comercio de eventuales abusos, como el que se provocaría, por ejemplo, si alguien registrara como marca la palabra Pan para productos alimenticios(...)".³-----

Por consiguiente, y siendo la marca un signo que debe servir para identificar a un producto o servicio, nos preguntamos cuál sería la capacidad distintiva de la solicitud de registro, aún teniendo en cuenta la no reivindicación del vocablo "SERVICE", por ende, nos encontramos ante una solicitud de registro marcario cuya factibilidad no resiste el menor análisis.-----

Que, ahondando aún más en el análisis, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS expone: "Respecto a la diferencia entre las designaciones descriptivas y las evocativas, escribe: "Existe una línea divisoria tenue entre los signos evocativos registrables y los descriptivos que no lo son. Los signos evocativos dan una idea de cuál es el producto o servicio en cuestión o sobre sus componentes o características. A veces, más que una idea, se trata de una certeza, y esto es lógico puesto que, de lo contrario, la marca sería engañosa. El signo descriptivo también designa estas mismas características, funciones, destino, origen, calidad, componentes, etcétera. La diferencia está en que la designación descriptiva es la necesaria o usual para aquello que se describe. La evocativa siempre tendrá en su conformación algún elemento que la hará, en menor o mayor grado, de fantasía. Al concederse una marca evocativa no se quita del dominio público ninguna palabra que se use para describir característica alguna de productos o servicios. No sucede lo mismo si se registrase una designación descriptiva...".-----

Que, respecto a las designaciones genéricas, el Dr. Otamendi expresa: "las designaciones genéricas definen no directamente el objeto en causa, sino la categoría, la especie o el género, a los que pertenece ese objeto." Tras el análisis del caso de autos, tenemos que "SHUTTLE SERVICE" es una designación que define específicamente el servicio prestado. -----

Que, en base al análisis de los párrafos precedentes, en conjunto con la denominación solicitada, vemos que, desde el punto de vista de su conjunto, trae aparejado un motivo de rechazo, pues al solicitar SHUTTLE SERVICE como denominación, describe el sentido o significado conceptual del servicio a ser ofrecido. La denominación solicitada es, sin lugar a dudas, absolutamente descriptiva y de ninguna manera puede decirse que es simplemente evocativa, ya que hace alusión directa. -----

Que, de conformidad a lo previamente sostenido, existen impedimentos insuperables para que la solicitada pueda madurar en registro, pues, como mencionamos previamente, se halla inserta dentro de la prohibición establecida en el art. 2° inc. e) de la Ley N° 1294/98 de Marcas. -----

² Bareiro de Módica, G.E y Módica, C.A (2020). Oposición a la solicitud de Registro. Manual de Derechos Intelectuales. (2° Ed. p. 148). Editorial La Ley.

³ Bareiro de Módica, G.E y Módica, C.A (2020). Oposición a la solicitud de Registro. Manual de Derechos Intelectuales. (2° Ed. p. 173). Editorial La Ley.

POR LA CUAL SE REVOCAN LAS RESOLUCIONES N° 2275 DE FECHA 30 DE DICIEMBRE DE 2024 Y N° 2674 DE FECHA 18 DE SEPTIEMBRE DE 2025, DICTADAS POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BLITZ", CLASE 5, EXPEDIENTE N° 51271/2023, SOLICITADO POR TECNOMYL S.A. -----

delicado y fluido, propio del inglés, que genera en el oído una impresión de calma y bienestar.../ La raíz común "BLI" carece de fuerza distintiva en sí misma, pues constituye apenas un fragmento inicial incapaz de monopolizarse.../ En el presente caso, la solicitud de BLITZ, se circunscribe estrictamente a productos fitosanitarios de uso agrícola.../ En contrapartida, la marca antecedente, BLISS, si bien está inscripta para la totalidad de la clase, su uso efectivo se verifica en un ámbito radicalmente distinto.../ ... queda confirmada que la marca BLISS se explota en el segmento de la salud y la nutrición humana, mientras que BLITZ se orienta exclusivamente a la protección de cultivos agrícolas.../ Si bien existe cierta similitud entre las marcas BLITZ y BLISS, que ésta última viene coexistiendo en el mercado, desde hace varios años, con otras denominaciones similares como BLESS, BLES, BLITZIMA y TU BLISS, entre otras, sin generar conflictos..." -

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca denominativa "BLITZ" Clase 5 y la marca denominativa base de rechazo "BLISS" Clase 5. -----

Que, del cotejo ortográfico y fonético realizado entre las denominaciones, se advierte que la marca solicitada "BLITZ" reproduce en el mismo orden, las primeras tres letras que conforma la denominación de la marca antecedente "BLISS". No obstante, la marca solicitada incorpora adicionalmente las letras "TZ", lo cual le otorga una estructura gráfica y fonética significativamente abrupta. Mientras que "BLISS" se compone de una sola sílaba con la doble "s" al final, otorgándole así una estructura delicada y fluida del idioma inglés, cuya traducción al español podría interpretarse como *felicidad o dicha*. -----

BLITZ (solicitada), y

BLISS (marca base de rechazo)

Que, como se puede notar al cotejar dichas marcas, las marcas analizadas no se leen de la misma manera, por ende, no representan la misma idea conceptual. Desde esta perspectiva, la coincidencia inicial, por sí sola, no es suficiente para generar confusión en el seno del público consumidor, pues, en su conjunto, las marcas presentan diferencias significativas tanto a nivel visual, fonético y conceptual, lo que permitiría su diferenciación en el mercado. -----

Resolución N°

0644

POR LA CUAL SE REVOCAN LAS RESOLUCIONES N° 2275 DE FECHA 30 DE DICIEMBRE DE 2024 Y N° 2674 DE FECHA 18 DE SEPTIEMBRE DE 2025, DICTADAS POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BLITZ", CLASE 5, EXPEDIENTE N° 51271/2023, SOLICITADO POR TECNOMYL S.A. -----

Asunción, **13 AGO 2026**

VISTO: el recurso de reconsideración y apelación en subsidio interpuesto por el representante convencional de **TECNOMYL S.A.**, contra las Resoluciones N° 2275 de fecha 30 de diciembre de 2024 y N° 2674 de fecha 18 de septiembre de 2025, dictadas por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 18 de junio de 2025 se presenta el representante convencional de TECNOMYL S.A., e interpone Recurso de reconsideración y apelación en subsidio contra las Resoluciones N° 2275 de fecha 30 de diciembre de 2024 y N° 2674 de fecha 18 de septiembre de 2025, dictadas por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 14 de julio de 2025 fue dictada la providencia que hace lugar al recurso de reconsideración y llama autos para resolver. En consecuencia, por Resolución N° 2674 de fecha 18 de septiembre de 2025, se confirma la resolución N° 2275 de fecha 30 de diciembre de 2024. -----

Que, en fecha 18 de septiembre de 2025, se concede la apelación interpuesta. -----

Que, en fecha 20 de octubre de 2025, el representante convencional de TECNOMYL S.A., expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 22 de octubre de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución N° 2275 considera que: *"(...) Que, habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: "BLISS", clase 5, registrada con el número 475.753. Titular: Vía Sociedad Anonima (PY) Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.- por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...)"*.-----

Que, la Resolución N° 2275 considera que: *"(...) se observa que entre la marca solicitada "BLITZ" y la marca base del rechazo "BLISS" existe una notable similitud, que podría generar riesgo de confusión en el público consumidor. Desde el plano visual, la diferencia entre las marcas en pugna recae únicamente en dos letras, mientras que en el plano fonético, existe una cuasi identidad sonora innegable al momento de pronunciar las mismas..."* -----

Que, entre otros argumentos, se agravia la apelante y manifiesta: *"(...) La doctrina marcaria ha señalado reiteradamente que los signos compuestos por pocas letras poseen una distintividad intrínsecamente débil./ ... BLITZ concluye con el golpe fonético seco del grupo germano "TZ", una terminación abrupta, cortante y sonora que transmite una idea de rapidez y fuerza. El consumidor, al pronunciarla, percibe el vocablo áspero, de resonancia casi marcial, asociado naturalmente a intensidad y energía. BLISS, en cambio, se cierra con la suavidad silbante de la doble "s", prolongando un sonido*



Abg. Claudia Patricia Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0644

POR LA CUAL SE REVOCAN LAS RESOLUCIONES N° 2275 DE FECHA 30 DE DICIEMBRE DE 2024 Y N° 2674 DE FECHA 18 DE SEPTIEMBRE DE 2025, DICTADAS POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BLITZ", CLASE 5, EXPEDIENTE N° 51271/2023, SOLICITADO POR TECNOMYL S.A. -----

Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "BLITZ", clase 5, Expediente N° 51271/2023, solicitada a nombre de TECNOMYL S.A. -----

Art. 3º NOTIFÍQUESE. -----


Ángel Gerardo Luna Grimaldo
Director General de Propiedad Industrial
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE REVOCAN LAS RESOLUCIONES N° 2275 DE FECHA 30 DE DICIEMBRE DE 2024 Y N° 2674 DE FECHA 18 DE SEPTIEMBRE DE 2025, DICTADAS POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BLITZ", CLASE 5, EXPEDIENTE N° 51271/2023, SOLICITADO POR TECNOMYL S.A. -----

Que, adicionalmente, esta Dirección considera oportuno traer a colación los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas complejas cuanto sigue: *"El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles."*. Vemos que el hecho de compartir un signo, no es elemento suficiente para inclinar la balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás elementos analizados en conjunto en la presente resolución. -----

Sobre el punto, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia de la marca oponente diciendo: *"Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."*. -----

Que, desechando el análisis fonético-gramatical, queda pendiente dirimir respecto a la cobertura de productos. En ese sentido, si bien las marcas en pugna se encuentran compartiendo la misma clase del nomenclador internacional, clase 05, debe ser mantenido un criterio estricto y riguroso a la hora de otorgar registros para productos de la clase 05, atendiendo a la defensa del interés del público consumidor, dicho esto, esta instancia considera que la marca solicitante "BLITZ", es una denominación novedosa, y al NO existir identidad entre los signos en pugna tampoco existe perjuicio de la coexistencia con registros que abarcan coberturas de productos en dicha clase.-----

Además, se debe tener presente que tratándose de productos de la clase 5, el consumidor final promedio normalmente presta mayor atención al momento de adquirirlos, considerando que se tratan de productos de uso agrícola y técnico. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para prosperar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:**

Art. 1º **REVOCAR** las resoluciones N° 2275 de fecha 30 de diciembre de 2024 y N° 2674 de fecha 18 de septiembre de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----

¹ Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley. Asunción. 2013.

² "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi. 9ª Ed., CABA, Abeledo Perrot, 2017 –



Resolución N° **0645**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 893 DE FECHA 24 DE ABRIL DE 2025 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JURIDICOM SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES (SLOGAN) Y ETIQUETA", CLASE 45, EXPEDIENTE N° 60006/2023, SOLICITADA POR MARIA ALEJANDRA ARCE SOLER. -----

o servicio pertenece. Dicho carácter debe desprenderse del significado que posee para los consumidores en el lenguaje corriente. En ese sentido, a fs. 01 de autos se aprecia que la solicitud de registro de la marca "JURIDICOM SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES (SLOGAN) y etiqueta" fue presentada para cubrir servicios de la clase 45 del nomenclador internacional, que textualmente describe: *"servicios de defensa jurídica; servicios jurídicos relacionados con la negociación de contratos para terceros; servicios de preparación de documentos jurídicos; mediación; investigación jurídica; servicios de solución extrajudicial de controversias; servicios jurídicos en relación con licencias; asesoramiento jurídico para responder a convocatorias de licitación/asesoramiento jurídico para responder a solicitudes de propuestas [RFPs]; servicios de vigilancia jurídica. - No se reivindican los términos SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES."*-----

Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "JURIDICOM SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES (SLOGAN) Y ETIQUETA" resulta genérica para los productos que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los servicios que solicita. En ese sentido, tenemos que la denominación "JURIDICOM" no constituye el nombre habitual con el que se designa a los servicios de la clase 45 del nomenclador internacional. En cuanto a "SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES (SLOGAN)" notamos que el solicitante ha efectuado expresa renuncia de exclusividad, razón por la cual dicho slogan debe ser considerado únicamente como un elemento informativo acerca de la actividad desarrollada, sin constituir el componente distintivo principal de la marca solicitada. -----

Que, esta Dirección entiende que la solicitud de registro en cuestión es el resultado de la conjunción de dos palabras, las cuales en su conjunto proyectan una nueva denominación, novedosa y original. "JURIDICOM", es un nombre de fantasía, sin expresión informal, este elemento lingüístico no es genérico ni describe directamente los servicios ofrecidos, lo que es esencial para que la denominación sea reconocida como marca registrada. La adición del slogan "SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES" si bien son términos genéricos o descriptivos (relativo a los servicios que distingue la clase 45), el solicitante ha efectuado su expresa renuncia de exclusividad en el formulario de presentación de la solicitud de registro de la marca. En ese sentido, resulta evocativa, ya que no satisface los requisitos doctrinales para ser clasificada como genérica. -----

Que, al respecto, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la marca evocativa, diciendo: *"La marca evocativa es aquella que da al consumidor una idea clara sobre alguna propiedad o característica del producto o servicio que va a distinguir, o aun de la actividad que desarrolla su titular.../... Las marcas evocativas son consideradas por los tribunales como marcas débiles. El argumento en el que se basa esta afirmación es que cualquier persona tiene el derecho de evocar en sus marcas las propiedades o características de los productos o servicios que va a distinguir con ellas. Esto hace que el titular de una marca evocativa deba aceptar, o no pueda impedir, que otras marcas evoquen también las mismas propiedades o características."*-----

Que, adicionalmente, otro criterio a ser analizado a la hora de determinar la posible concesión es si existe coexistencia previa en el nomenclador solicitado. En ese sentido, según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, también se encuentran registradas las marcas: LOGISTIK SERVICIOS CORPORATIVOS SOCIEDAD ANONIMA, clase 45, Registro N° 587.490; GS CONSULTORA GESTIONES Y SERVICIOS, clase 45, Registro N° 558.764; V JURICORP VILLANUEVA CORPORACIÓN JURÍDICA

Resolución N°

0645

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 893 DE FECHA 24 DE ABRIL DE 2025 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JURIDICOM SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES (SLOGAN) Y ETIQUETA", CLASE 45, EXPEDIENTE N° 60006/2023, SOLICITADA POR MARIA ALEJANDRA ARCE SOLER. -----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de MARIA ALEJANDRA ARCE SOLER contra la Resolución N° 893 de fecha 24 de abril de 2025, dictada por la Dirección de Marcas, y-

RESULTA:

Que, en fecha 7 de mayo de 2025 se presenta el representante convencional de MARIA ALEJANDRA ARCE SOLER e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 893 de fecha 24 de abril de 2025, dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 12 de junio de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 14 de julio de 2025, el representante convencional de MARIA ALEJANDRA ARCE SOLER expresó agravios. Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 21 de julio de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera: "(...) habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: "Art. 2 inc. e) ... los que consisten enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio". -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) el término JURIDICOM, corresponden a una denominación de fantasía.../ El término JURIDICOM no forma parte del léxico común ni el lenguaje técnico jurídico, no figura en diccionarios de uso general ni especializados y no guarda relación directa e inmediata con una característica, cualidad o función del servicio que se pretende proteger. En consecuencia, no puede considerarse un término descriptivo dentro de la clase 45, sino, en todo caso, un signo de carácter evocativo. La raíz "JURIDI" alude indirectamente a lo jurídico, mientras que el sufijo "COM" podría sugerir ideas diversas como "comunicación", "compromiso", "compañía" o "comercial". Estas asociaciones, sin embargo, requieren un proceso interpretativo por parte del consumidor y no permiten identificar de forma directa la naturaleza del servicio, lo que confirma el carácter distintivo del signo." -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto. -----

Que, la jurisprudencia y doctrina más destacada sobre la materia que nos convoca, afirman que una denominación posee el carácter de genérica, respecto de un producto o servicio, cuando la misma constituye la denominación con la que necesaria y corrientemente se designa al género al que ese producto



Resolución N° **0645**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 893 DE FECHA 24 DE ABRIL DE 2025 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JURIDICOM SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES (SLOGAN) Y ETIQUETA", CLASE 45, EXPEDIENTE N° 60006/2023, SOLICITADA POR MARIA ALEJANDRA ARCE SOLER. -----

VILLANUEVA, clase 45, Registro N° 523.186; extremo que demuestra que dentro del nomenclador solicitado existen varios registros que contienen dentro de su estructura los elementos "JURI"; "SERVICIOS" y "JURIDICA", en ese sentido se confirma que la denominación tal y como ha sido presentada es registrable y no atenta contra intereses de terceros en particular así como tampoco contra el público consumidor en general. Asimismo, al encontrarse otros registros con el mismo elemento dentro de la misma clase, se concluye que la solicitud podrá coexistir de manera pacífica con las marcas ya registradas. -----

Que, otro elemento relevante a la hora de analizar la distintividad u originalidad de un signo marcario es si el mismo cuenta con etiqueta y, en ese sentido, la solicitante se erige en una solicitud de marca mixta.--

marca solicitada



Que, la Resolución recurrida se funda en lo preceptuado en el inciso e) de la Ley. Al respecto, lo que dicho inciso impide respecto de las marcas, es que éstas pretendan monopolizar la forma directa, insoslayable, de que el comerciante o fabricante debe valerse para difundir la naturaleza básica, o las características especificaciones técnicas principales de su producto, obligándolo a recurrir a circunloquios para lograr aquella finalidad. En ese sentido, la solicitud de autos es una marca, que no hace referencia a la naturaleza básica o especificaciones técnicas principales de sus servicios, es eminentemente evocativo, dotado de cierta personalidad que permite distinguirla de otras e identificar un producto, línea de productos o el conjunto de productos (o servicios) que provienen de una misma empresa. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro; ésta Dirección considera que es un signo que posee las características necesarias para madurar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º **REVOCAR** la Resolución N° 893 de fecha 24 de abril de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º **ORDENAR** la prosecución de los trámites de la solicitud de registro de la marca "JURIDICOM SERVICIOS JURÍDICOS INTEGRALES (SLOGAN) Y ETIQUETA", clase 45, Acta N° 60006/2023, solicitada a nombre de MARIA ALEJANDRA ARCE SOLER. -----
- Art. 3º **NOTIFÍQUESE**. -----



POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 221 DE FECHA 20 DE FEBRERO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TRIMONI Y ETIQUETA", CLASE 5, EXPEDIENTE N° 63602/2023, SOLICITADO POR MATRISOJA S.A. -----

restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca mixta "TRIMONI" Clase 5 y la marca denominativa base de rechazo "TRINOMIA" Clase 5. -----

Que, del cotejo ortográfico y fonético realizado entre las denominaciones, se advierte que ambas marcas comparten la misma secuencia inicial "TRI". No obstante, la marca solicitada está compuesta por tres sílabas TRI – MO – NI y además, sustituye la letra "M" por la "N" en la sílaba central, lo cual le otorga una estructura gráfica y fonética significativamente diferente. Mientras que "TRINOMIA" se compone de tres sílabas, la pronunciación habitual comprende cuatro sílabas (*Tri-no-mi-a*), con una vocal final "A" que prolonga el sonido, le otorga a la marca base del rechazo una estructura gráfica y fonética distinta. -----

TRIMONI (solicitada), y

TRINOMIA (marca base de rechazo)

Que, como se puede notar al cotejar dichas marcas, las marcas analizadas no se leen de la misma manera, por ende, no representan la misma idea conceptual. Desde esta perspectiva, la coincidencia inicial, por sí sola, no es suficiente para generar confusión en el seno del público consumidor, pues, en su conjunto, las marcas presentan diferencias significativas tanto a nivel visual, fonético y conceptual, lo que permitiría su diferenciación en el mercado. -----

Que, desechando el análisis fonético-gramatical, también vemos que las marcas en pugna son muy distintivas que las hacen más inconfundibles. Al respecto, en un cotejo de la etiqueta de la solicitud de marca en cuestión, vemos que le otorga un carácter propio y notoriamente disímil a la marca antecedente, siendo esta última denominativa: -----

Marca solicitada

 **Trimoni**

Que, adicionalmente, esta Dirección considera oportuno traer a colación los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas



Resolución N°

0646

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 221 DE FECHA 20 DE FEBRERO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TRIMONI Y ETIQUETA", CLASE 5, EXPEDIENTE N° 63602/2023, SOLICITADO POR MATRISOJA S.A. -----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de **MATRISOJA S.A.**, contra la Resolución N° 221 de fecha 20 de febrero de 2025, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 9 de mayo de 2025 se presenta el representante convencional de **MATRISOJA S.A.**, e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 221 de fecha 20 de febrero de 2025, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 12 de junio de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 4 de julio de 2025, el representante convencional de **MATRISOJA S.A.**, expresó agravios. Esta Dirección General tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 10 de julio de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...) Que, habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2020-2002022 Denominación "TRINOMIA", clase 5, Registro 503015, Titular Ferrer Internacional, s.a. (ES) Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.- por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...)"*-----

Que, entre otros argumentos, se agravia la apelante y manifiesta: *"(...) la marca antecedente se compone de OCHO LETRAS mientras que la marca solicitada se compone de SIETE LETRAS Y UNA ETIQUETA característica. De las SIETE letras, solo TRES de ellas coinciden con la marca registrada. Entonces, que las marcas en pugna compartan algunas letras en común (CONCRETAMENTE, TRES DE SIETE) no implica que exista similitud y menos aún similitud confusionista que es la necesaria para vedar el registro de una marca.../ Entonces, dadas las características propias de los productos en cuestión y los canales de comercialización implicados para el efecto, las chances de "caer en confusión" son nulas. Específicamente, los productos farmacéuticos (cubiertos por la marca base del rechazo) no tienen nada que ver con los productos agrícolas (que solicita mi mandante). Es decir, es irreal siquiera imaginar que exista alguna persona que quiera consumir un medicamento y termine comprando un insecticida, debido a una CONFUSIÓN."*-----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas



Resolución N°

0646

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 221 DE FECHA 20 DE FEBRERO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TRIMONI Y ETIQUETA", CLASE 5, EXPEDIENTE N° 63602/2023, SOLICITADO POR MATRISOJA S.A. -----

complejas cuanto sigue: *"El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles."*¹. Vemos que el hecho de compartir un signo, no es elemento suficiente para inclinar la balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás elementos analizados en conjunto en la presente resolución. -----

Sobre el punto, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia de la marca oponente diciendo: *"Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."*². -----

Que, al realizar el cotejo de las coberturas de las marcas analizadas en el caso de autos, vemos que la cobertura de la marca antecedente "TRINOMIA" registrada en clase 5 comprende: *"Productos farmacéuticos y veterinarios, productos higiénicos para la medicina, sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectantes, productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas"*. Mientras que la marca en trámite de registro "TRIMONI" solicita la cobertura en la clase 5 para *"insecticida y fungicida para uso agrícola"*. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para prosperar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:**

- Art. 1º** **REVOCAR** la resolución N° 221 de fecha 20 de febrero de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca **"TRIMONI" Y ETIQUETA**, clase 5, Expediente N° **63602/2023**, solicitada a nombre de **MATRISOJA S.A.** -----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE**. -----



¹ Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley. Asunción. 2013.

² "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi. 9ª Ed. CABA, Abeledo Perrot, 2017 –

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1434 DE FECHA 15 DE OCTUBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "STANCE", CLASE 25, EXPEDIENTE N° 76616/2023, SOLICITADO POR STANCE, INC. -----

conjunto le otorgan distintividad a la marca en pugna, resaltándose una vez más que las mismas no son idénticas entre sí.../ Que, la marca STANCE es no solamente el signo marcario de mi representada, la firma STANCE, INC., sino también forma parte esencial de su NOMBRE COMERCIAL... -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca denominativa "STANCE" Clase 25 y la marca denominativa base de rechazo "ESTANCIAS" Clase 25. -----

Que, del cotejo ortográfico y fonético realizado entre las denominaciones, se advierte que la marca solicitada "STANCE" solamente reproduce en el mismo orden, las cinco letras del medio del vocablo que conforma la denominación de la marca antecedente "ESTANCIAS". No obstante, la marca solicitada incorpora la letra "E" al final, lo cual le otorga una estructura gráfica y fonética significativamente más corta y diferente. Mientras que "ESTANCIAS" se compone de una sola sílaba más extensa y elaborada, "STANCE" presenta una estructura fonética más corta y simple. Asimismo, en el caso de autos, corresponde realizar un análisis semántico/conceptual a fin de comprender el significado de las marcas analizadas. En este caso, la denominación de la solicitada se conforma de un vocablo del idioma inglés: "STANCE", que significa "postura y/o actitud; posicionamiento", lo que añade una carga semántica y por ende fonética claramente diferente a la que podría atribuirse a la adversa "ESTANCIAS" vocablo en el idioma español que refiere simplemente a la acción de permanecer en un lugar. -----

STANCE (solicitada), y

ESTANCIAS (marca base de rechazo)

Que, como se puede notar al cotejar dichas marcas, las marcas analizadas no se leen de la misma manera, por ende, tampoco tendrán pronunciación semejante, ni representan la misma idea conceptual. Desde esta perspectiva, la coincidencia inicial, por sí sola, no es suficiente para generar confusión en el seno del público consumidor, pues, en su conjunto, las marcas presentan diferencias significativas tanto a nivel visual, fonético y conceptual, lo que permitiría su diferenciación en el mercado. -----

Resolución Nº **0647**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN Nº 1434 DE FECHA 15 DE OCTUBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "STANCE", CLASE 25, EXPEDIENTE Nº 76616/2023, SOLICITADO POR STANCE, INC. -----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de STANCE, INC., contra la Resolución Nº 1434 de fecha 15 de octubre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 30 de octubre de 2024 se presenta el representante convencional de STANCE, INC., e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución Nº 1434 de fecha 15 de octubre de 2024, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 17 de diciembre de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 2 de enero de 2026, el representante convencional de STANCE, INC., expresó agravios. Esta Dirección General tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 30 de enero de 2026. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...) Que, habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: "ESTANCIAS" registrada con el número 566821, Titular: Pedro José Bartholot [AR]. Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.- por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...)".-----

Que, entre otros argumentos, se agravia la apelante y manifiesta: "(...) en lo que respecta a la conformación y ortografía de las denominaciones, podemos notar que las mismas no son idénticas entre sí. En efecto, la solicitud presentada por mi mandante fue formulada bajo la denominación de "STANCE" se compone de una sola palabra, de seis letras, con terminación en "CE". Por su parte, la marca antecedente se conforma de la siguiente forma: "ESTANCIAS" es una palabra más extensa, con estructura silábica distinta y una composición visual claramente diferenciable./... en efecto, las denominaciones presentan una sonoridad claramente distinta, lo cual se hace evidente al ser pronunciadas de manera consecutiva. Esta diferencia en la forma en que se perciben auditivamente las marcas refuerza la idea de que el elemento fonético constituye un factor diferenciador adicional. Por tanto, dicho elemento contribuye de manera sustancial a evitar cualquier riesgo de confusión en el público consumidor y sustenta la viabilidad del trámite de la solicitud presentada por mi comitente./ ... la marca solicitada por mi mandante "STANCE", es una palabra de lengua inglesa, que se puede definir, en primer lugar, como la forma en la que alguien se para, como se posiciona estando de pie (POSTURA)/... En el caso de nuestro cliente, utilizan la marca STANCE para referirse a su actitud como compañía que valora la singularidad e individualidad de cada usuario, mientras que por su parte la marca base de antecedente "ESTANCIAS" se encuentra en el idioma español que significa: Permanencia en un lugar (estancia hospitalaria) o dependencias físicas (estancias de un inmueble). Por ende, los términos mencionados difieren conceptualmente y visto de una visión de


Amp. Claudia Pamela Crisaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0647

POR LA CUAL SE REVOKA LA RESOLUCIÓN N° 1434 DE FECHA 15 DE OCTUBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "STANCE", CLASE 25, EXPEDIENTE N° 76616/2023, SOLICITADO POR STANCE, INC. -----

Que, adicionalmente, esta Dirección considera oportuno traer a colación los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas complejas cuanto sigue: *"El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles."*¹. Vemos que el hecho de compartir un signo, no es elemento suficiente para inclinar la balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás elementos analizados en conjunto en la presente resolución. -----

Sobre el punto, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia de la marca oponente diciendo: *"Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."*². -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para prosperar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la resolución recurrida. -----

PORTANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:

- Art. 1º REVOCAR la resolución N° 1434 de fecha 15 de octubre de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "STANCE", clase 25, Expediente N° 76616/2023, solicitada a nombre de STANCE, INC. -----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE. -----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

¹ Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley. Asunción. 2013.

² "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi. 9ª Ed., CABA, Abeledo Perrot, 2017 –

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1442 DE FECHA 2 DE JUNIO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TERRA DIS", CLASE 1, EXPEDIENTE N° 100008/2023, SOLICITADO POR SERVICIOS TÉCNICOS DE CANARIAS SL. -----

restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca denominativa "TERRA DIS" Clase 1 y la marca denominativa base de rechazo "TERRA SORB" Clase 1. -----

Que, del cotejo ortográfico y fonético realizado entre las denominaciones, se advierte que la marca solicitada "TERRA DIS" reproduce en el mismo orden la primera palabra que conforma la denominación de la marca antecedente "TERRA SORB". No obstante, la marca solicitada incorpora adicionalmente el término "DIS", lo cual le otorga una estructura gráfica y fonética significativamente diferente. Mientras que "TERRA SORB" se compone de dos sílabas, el término "SORB" es más extenso y le otorga a la marca base del rechazo una estructura gráfica y fonética distinta. Asimismo, en el caso de autos, corresponde realizar un análisis semántico/conceptual a fin de comprender el significado de las marcas analizadas. En este caso, la denominación de la solicitada se conforma de la unión de dos vocablos: "TERRA", que significa "tierra" en latín, italiano y portugués, y "DIS", que corresponde a un nombre de fantasía, lo que añade una carga semántica y por ende fonética claramente diferente a la que podría atribuirse a la adversa "TERRA SORB", cuya diferencia sería el vocablo "SORB" que viene del latín sorbere, que significa absorber. Combinado con terra (tierra), el nombre hace referencia a la capacidad de retener o absorber elementos en el suelo o facilitar la absorción de nutrientes en las plantas. -----

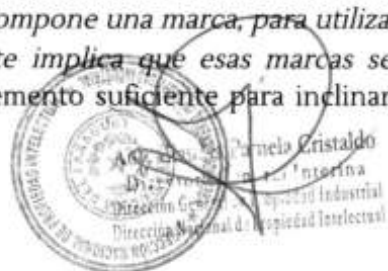
TERRA DIS (solicitada), y

TERRA SORB (marca base de rechazo)

Que, como se puede notar al cotejar dichas marcas, las marcas analizadas no se leen de la misma manera, por ende, no representan la misma idea conceptual. Desde esta perspectiva, la coincidencia inicial, por sí sola, no es suficiente para generar confusión en el seno del público consumidor, pues, en su conjunto, las marcas presentan diferencias significativas tanto a nivel visual, fonético y conceptual, lo que permitiría su diferenciación en el mercado. -----

Que, adicionalmente, esta Dirección considera oportuno traer a colación los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas complejas cuanto sigue: "El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles."¹ Vemos que el hecho de compartir un signo, no es elemento suficiente para inclinar la

¹ Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley, Asunción. 2013.



Resolución N°

0648

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1442 DE FECHA 2 DE JUNIO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TERRA DIS", CLASE 1, EXPEDIENTE N° 100008/2023, SOLICITADO POR SERVICIOS TÉCNICOS DE CANARIAS SL. -----

Asunción, 13 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de **SERVICIOS TÉCNICOS DE CANARIAS SL.**, contra la Resolución N° 1442 de fecha 2 de junio de 2025, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 3 de julio de 2025 se presenta el representante convencional de **SERVICIOS TÉCNICOS DE CANARIAS SL.**, e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1442 de fecha 2 de junio de 2025, dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 24 de julio de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 5 de agosto de 2025, el representante convencional de **SERVICIOS TÉCNICOS DE CANARIAS SL.**, expresó agravios. Esta Dirección General tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 11 de agosto de 2025. -----

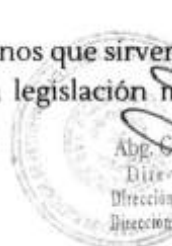
CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...) Que, habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: "TERRA SORB" registrada con el número 587937, clase 1 a favor de BIOIBERICA, S.A.U. (ES) Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.- por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...)"*. -----

Que, entre otros argumentos, se agravia la apelante y manifiesta: *"(...) TERRA es "tierra" en latín, italiano, portugués, entre otros idiomas. Y en español se percibe fácilmente su significado. Como la clase 1 cubre fertilizantes y la marca base del rechazo protege exclusivamente fertilizantes, TERRA es una marca genérica para la clase. Y tratándose de palabra genérica, ella no es considerada en el cotejo de los signos./ Además de genérica, TERRA es una palabra de uso común en la clase 1, pues hay varias marcas que la contienen.../ ... solo quedan para el cotejo el elemento no genérico de cada una de las marcas, es decir DIS en la solicitada y SORB en la registrada. Estos elementos son completamente diferentes./ ... La aceptación de TERRA DIS en tantos países (incluyendo OMPI, EUIPO y OAPI) demuestra que dicha marca tiene características propias que la hacen inconfundible./ ... la marca TERRA SORB, que sirvió de base al rechazo de la solicitud de TERRA DIS, no han promovido oposición."* -----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0648

POR LA CUAL SE REVOKA LA RESOLUCIÓN N° 1442 DE FECHA 2 DE JUNIO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TERRA DIS", CLASE 1, EXPEDIENTE N° 100008/2023, SOLICITADO POR SERVICIOS TÉCNICOS DE CANARIAS SL. -----

balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás elementos analizados en conjunto en la presente resolución. -----

Sobre el punto, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia de la marca oponente diciendo: *"Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."* -----

Que, adicionalmente, otro criterio a ser analizado a la hora de determinar la posible concesión es si existe coexistencia previa en el nomenclador solicitado. En ese sentido, según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, también se encuentran registradas las marcas: **TERRA NITRO30 FERTILIZANTE FOLIAR**, clase 1, Registro N° 612.469; **TERRA VITE S21**, clase 1, Registro N° 597.499; **TERRA NOSSA**, clase 1, Registro N° 484.591, extremo que demuestra que dentro del nomenclador solicitado existen varios registros que contienen dentro de su estructura el elemento "TERRA", en ese sentido se confirma que la denominación tal y como ha sido presentada es registrable y no atenta contra intereses de terceros en particular así como tampoco contra el público consumidor en general. Asimismo, al encontrarse otros registros con el mismo elemento dentro de la misma clase, se concluye que la solicitud podrá coexistir de manera pacífica con las marcas ya registradas. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para prosperar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:

- Art. 1º** **REVOCAR** la resolución N° 1442 de fecha 2 de junio de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca **"TERRA DIS"**, clase 1, Expediente N° 100008/2023, solicitada a nombre de **SERVICIOS TÉCNICOS DE CANARIAS SL.** -----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.** -----


Abd. Claudia Parola Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

¹ "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi. 9º Ed.. CABA, Abeledo Perrot, 2017 –

Resolución Nº **0649**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN Nº 45 DE FECHA 15 DE FEBRERO DE 2022, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "ECOMAX 86", Clase 04, EXPEDIENTE Nº 47404/2013, SOLICITADO POR IMPERIAL S.A.-----

servicios completamente diferentes a las pertenecientes a mi mandante.../...Vemos así que la marca solicitada es idéntica y por lo tanto totalmente confundible con la marca de mi mandante y por lo tanto ambas marcas no pueden coexistir sin crear inevitables situaciones que se encuentran expresamente prohibidas por nuestra Ley de Marcas, como ser el riesgo de confusión del que nos habla el artículo 2º en su inciso f) previamente transcripto, tal como lo ha expuesto el inferior (...).-----

Que, corresponde a esta dependencia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca "ECOMAX 86" (Clase 04) y la marca oponente "ECO MAX"(Clase 11)

Desde el punto de vista ortográfico, se advierte una marcada semejanza entre las denominaciones enfrentadas, ya que ambas coinciden íntegramente en la expresión "ECOMAX", elemento que constituye la parte principal y más distintiva de los signos. La única diferencia radica en la incorporación del número "86" en la marca solicitada y en la separación de los vocablos "ECO" y "MAX" en la marca oponente, circunstancias que no resultan suficientes para neutralizar la importante coincidencia visual derivada de la presencia de la misma secuencia de letras. Por consiguiente, en el aspecto fonético, las marcas presentan una pronunciación muy similar, compartiendo idéntica estructura silábica, acentuación y cadencia. El componente denominativo principal conserva la mayor fuerza de impacto en la memoria del consumidor, incrementando así la posibilidad de asociación entre los signos.-----

ECOMAX 86 (marca oponente)

ECO MAX (marca solicitada)

Que, el tratadista Breuer Moreno expresa que las marcas pueden producir confusión más por sus semejanzas que por sus diferencias, por ese motivo la regla se sintetiza en que deben tenerse en cuenta las semejanzas y no las diferencias que existen entre las marcas. Aclarando que *"en efecto, la similitud general entre dos marcas no depende de los elementos distintos que aparezcan en ellas, sino de los elementos semejantes o de la semejante disposición de esos elementos"*. Fundamenta esta regla, en que en la mayoría de los casos, *"la confusión no es un hecho de la casualidad, sino de la intención de producir confusiones y de aprovecharse de la reputación de una marca existente y la inclusión de elementos distintos no tiene otra finalidad que afirmar o sostener que las marcas son inconfundibles, cuando en el fondo la segunda puede ser una imitación de la primera"*.-----

Que, desechando el análisis fonético-gramatical, corresponde examinar la relación existente entre los productos amparados por las marcas en pugna. En ese sentido, la marca solicitada pretende la cobertura de **productos de la clase 04** del nomenclador internacional, comprendiendo: *"...Aceites y grasas para uso*

¹ Compendio de Doctrina de Propiedad Industrial. Superintendencia de Industria y Comercio. Colombia. 2005.



Resolución N° **0649**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 45 DE FECHA 15 DE FEBRERO DE 2022, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "ECOMAX 86", Clase 04, EXPEDIENTE N° 47404/2013, SOLICITADO POR IMPERIAL S.A.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de **Imperial S.A.** contra la Resolución N° 45 de fecha 15 de febrero de 2022, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 31 de mayo de 2022 se presenta el representante convencional de **Imperial S.A.** e interpone recurso de apelación contra la Resolución N° 45 de fecha 15 de febrero de 2022, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----

Que, en fecha 19 de julio de 2022 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto. -----

Que, en fecha 21 de septiembre de 2022, el representante convencional de **Imperial S.A.** expresó agravios; dictándose en fecha 18 de octubre de 2022 la providencia por la cual se tiene por presentado el escrito de expresión de agravios y se corre traslado a la contraparte por todo el término de ley. -----

Que, en fecha 28 de octubre de 2022, el representante convencional de **Lumicentro Internacional S.A.** contestó el traslado de los agravios. Esta Dirección dictó la providencia de autos para resolver en fecha 01 de Diciembre de 2022.-----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera "(...) Que, al analizar las marcas en conflicto, es posible apreciar que entre la marca solicitada **ECOMAX 86** y la marca oponente **ECOMAX** existen similitudes en los planos fonético, visual e ideológico, lo cual trae aparejado el riesgo de confusión/asociación de marcas por el público consumidor. Que, existen un alto riesgo de asociación o confusión entre ellas, hecho que se agrava por el motivo de que la marca solicitante reproduce en su totalidad la palabra principal de la marca oponente. (...)".-----

Que, se agravia el apelante, y entre otros argumentos expresa: "(...) Específicamente, mi mandante es una empresa que se dedica a **VENDER COMBUSTIBLE**, y como tal, cuenta con todas las habilitaciones exigidas por las leyes nacionales para el efecto. Por otro lado, la oponente, según se puede leer en su página web, "nace en 1967 con la idea de **SATISFACER LAS NECESIDADES DE ILUMINACIÓN** residencial, comercial e industrial en todo el continente Americano y el Caribe". Consecuentemente, partiendo ya desde esta perspectiva, es absolutamente imposible que alguna persona "confunda" o "asocie" una marca con la otra. En efecto, siguiendo con la información contenida en la página web de **LUMICENTRO INTERNACIONAL SA**, vemos que ellos comercializan **LÁMPARAS DE DISEÑO**, con la marca **ECO MAX** (...)". -----

Que, contesta la oponente diciendo: "(...) La solicitante ha mencionado en su escrito de expresión de agravios que la marca "**ECOMAX**" registrada por mi mandante, se halla coexistiendo con otras marcas en el mercado nacional. A lo que cabe resaltar que las marcas listadas en su escritorio, están depositadas en clases distintas a las de mi principal y debidamente especificadas, comercializando productos y ofreciendo


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interna
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0649**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 45 DE FECHA 15 DE FEBRERO DE 2022, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "ECOMAX 86", Clase 04, EXPEDIENTE N° 47404/2013, SOLICITADO POR IMPERIAL S.A.-----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º CONFIRMAR la Resolución N° 45 de fecha 15 de febrero de 2022 dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----
- Art. 2º DISPONER el archivo de la solicitud de registro de la marca "ECOMAX 86", Clase 04, Expediente N° 47404/2013, solicitada a nombre de la firma IMPERIAL S.A.-----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE por Cédula.-----


Alc. Claudia Patricia Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0649

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 45 DE FECHA 15 DE FEBRERO DE 2022, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "ECOMAX 86", Clase 04, EXPEDIENTE N° 47404/2013, SOLICITADO POR IMPERIAL S.A.-----

industrial, lubricantes, composiciones para absorber, rociar y asentar el polvo, combustible (incluida la gasolina para motores) y materiales de alumbrado, velas y mechas de iluminación", mientras que la marca oponente cuenta con el registro N° 554784 en la clase 11, para: "Aparatos de alumbrado, a saber; bombillos y lámparas; ventiladores eléctricos". Del cotejo de ambas coberturas se desprende que, si bien los productos pertenecen a clases diferentes, ambas se encuentran vinculadas dentro de un mismo ámbito comercial, se dirigen al mismo público consumidor y pueden coincidir en sus canales de comercialización. En consecuencia, la relación existente entre los productos, sumada a la semejanza advertida entre los signos, podría generar un riesgo de asociación o confusión en el público consumidor.-----

Que, al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY"² señalan cuanto sigue: "(...) *Similitud de los productos y servicios. Se considera que los productos o servicios son similares si no son idénticos pero tienen alguna relación entre ellos por sus características inherentes u otros factores relativos a su uso o comercialización que los vinculen. El examen de la similitud tiene por objeto establecer posibles vínculos entre los productos o servicios cubiertos por las respectivas marcas, que permitan calificarlos de similares. Esto, a su vez, será un factor que decidirá, en la etapa de evaluación global, si existe algún riesgo de confusión entre las marcas que se comparan(...)*". -----

Que, no se puede pasar por alto lo establecido en Art. 2 Inc f) de la Ley 1294/98, el cual expresamente prohíbe el registro de signos idénticos o similares para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios diferentes, cuando pudieran causar riesgo de confusión o de asociación con esa marca, situación que acontece en el caso de autos. Y teniendo en cuenta que para el registro marcario lo determinante es proteger a quien tiene uso exclusivo de la marca contra terceros y que en el caso de autos claramente hay riesgo de confusión al inducir a confusión o asociación a la marca registrada de manera tal que el consumidor pueda creer que tienen un origen común, resulta inviable la coexistencia pacífica entre las mismas. -----

Adicionalmente, se debe evitar la dilución de marcas como la de autos. En efecto, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS, expresa: "*la teoría de la dilución ha sido creada para defender la relación marca-producto, especialmente en cuanto aquélla implica el origen de éste. Si se permite que coexistan con ésta otras marcas iguales, el público consumidor ya no sabrá el origen de los productos (...)*".³ -----

Que, en conclusión, tras el análisis precedente, vemos que existe similitud suficiente de significativa magnitud, ya que las marcas en pugna contienen elementos bastante asociables. Por tanto, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, ésta Dirección arriba a la conclusión de que no es viable la coexistencia pacífica entre las marcas en pugna, por tanto, corresponde *confirmar la resolución recurrida*.-----


Abg. Claudia Patricia Cristóbal
Directora General Insarima
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

² Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), *Directrices para el examen de marcas en Paraguay*, p. 234. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>

³ OTAMENDI, Jorge. DERECHO DE MARCAS. Buenos Aires. Abeledo Perrot Lexis Nexis. Argentina. 2012. 8va. Ed. Pág. 458.

Resolución Nº

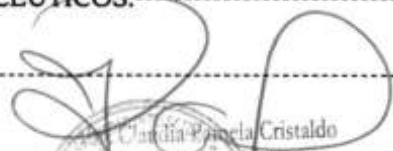
0650

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN Nº 1.678 DE FECHA 13 DE NOVIEMBRE DE 2019, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "MADDRE", Clase 29, EXPEDIENTE Nº 80558/2018, A NOMBRE DE HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS.-----

Consecuentemente, habiendo desaparecido la base del rechazo, resulta inoficioso el estudio del agravio y no encontrándose la solicitud de registro incurso dentro de las prohibiciones establecidas en los Art. 2º y 6º de la Ley Nº 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la resolución recurrida y autorizar la prosecución de trámites para el registro de la marca hoy solicitada.-----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución Nº 1.678 de fecha 13 de noviembre de 2019 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "MADDRE", Clase 29, Expediente Nº 80558/2018, solicitada a nombre de **HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS**.-----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE** .-----


Claudia Pamela Cristaldo
Dir. General Interina
Dirección de Marcas - Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0650

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1.678 DE FECHA 13 DE NOVIEMBRE DE 2019, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "MADDRE", Clase 29, EXPEDIENTE N° 80558/2018, A NOMBRE DE HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS.-----

Asunción, 14 AGO 2020

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de **HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS** en contra de la Resolución N° 1.678 de fecha 13 de noviembre de 2019, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 22 de noviembre de 2019, se presenta el representante convencional de **HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1.678 de fecha 13 de noviembre de 2019, dictada por la dirección de marcas. -----

Que, en fecha 13 de diciembre de 2019 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 07 de agosto de 2020, el representante convencional de **HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS** expresó agravios; Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 17 de septiembre de 2020.-----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca "MADRE TIERRA", registrada con el número 411035 en fecha 14 de Abril de 2015 a favor de ASOCIACIÓN MADRE TIERRA, Comentario: Que ambas denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores., por lo que de conformidad al artículo 6° de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado. (...)".*-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: *"HERSIL S.A. LABORATORIOS INDUSTRIALES FARMACEUTICOS, es mundialmente conocida por su trayectoria, notoriedad y calidad dentro del rubro; por lo que mi comitente al solicitar el registro de su marca "MADDRE", no pretende otra cosa más que hacer extensivo su derecho ya adquirido sobre la misma../...En vista a lo precedente, se demuestra que mi cliente cuenta con el derecho exclusivo amparado por nuestra legislación vigente, como así también por los Tratados y Convenios aprobados y ratificados por nuestro país para solicitar el registro de su marca(...)".*-----

Que, corresponde a esta Dirección General resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, antes de entrar a analizar el fondo de la cuestión, corresponde analizar si la marca registrada, base del rechazo, se encuentra vigente. En ese sentido, según la base de datos de la DINAPI, el Registro N° 411035 de la marca **"MADRE TIERRA", Clase 29** a nombre de **Asociacion Madre Tierra**, venció el 14 de abril de 2025, habiendo asimismo expirado el plazo de gracia para su renovación, sin que la misma haya sido renovada.-----



Resolución N° **0651**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 981 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO ULTRA TURFA Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43698/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

Desde el punto de vista ortográfico, ambas denominaciones presentan coincidencia en el vocablo "TOTAL", ubicado al inicio de la marca solicitada. Sin embargo, esta no constituye la totalidad de su estructura denominativa, pues "TOTAL NITRO ULTRA TURFA" incorpora tres vocablos adicionales "NITRO", "ULTRA" y "TURFA", dando lugar a una expresión de mayor extensión y con una configuración gráfica diferenciada respecto de la marca antecedente.-----

Desde el punto de vista fonético, la marca solicitada genera una secuencia sonora más extensa, con diferente ritmo, cadencia y terminación por la inclusión de los términos: "NITRO", "ULTRA" y "TURFA". En consecuencia, la pronunciación de la denominación solicitada, considerada en su conjunto, produce una impresión auditiva distinta de la generada por la sola expresión "TOTAL" correspondiente a la marca antecedente. En cuanto al aspecto conceptual, el término "TOTAL" evoca por sí mismo una idea de totalidad o integridad, mientras que la incorporación de los vocablos "NITRO", "ULTRA" y "TURFA" en la marca solicitada introduce conceptos adicionales que modifican el significado e impresión conceptual del conjunto. Así, "TOTAL NITRO ULTRA TURFA" constituye una expresión compuesta, con una carga conceptual propia y diferenciada de la marca antecedente "TOTAL".-----

TOTAL NITRO ULTRA TURFA (solicitada), y

TOTAL (marca base de rechazo)

Que, al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY" señalan cuanto sigue: "(...) La comparación visual de las marcas denominativas se basa en un análisis del número y la secuencia de las letras o caracteres, la posición de las palabras o de los caracteres coincidentes, el número de palabras y la estructura de los signos (por ejemplo, los elementos denominativos separados o unidos mediante guiones) [...] El examen de las sílabas comunes reviste una especial importancia al comparar marcas fonéticamente, ya que una similitud fonética estará determinada por las sílabas comunes y su combinación idéntica o similar. Por ejemplo, los siguientes signos denominativos contienen algunas sílabas iguales pero otras diferentes o con un ritmo de pronunciación diferente por lo que son fonéticamente diferentes: Signo anterior CLENOSAN Signo posterior ALEOSAN (...)".-----

Que, no obstante, esta Dirección considera oportuno traer a colación los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas complejas cuanto sigue: "El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles". Vemos así, que el hecho de compartir un elemento, no es suficiente para inclinar la balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás factores adicionales que serán analizados en la presente resolución.-----

Que, al momento de evaluar la capacidad distintiva de las marcas, resulta esencial considerar la impresión de conjunto generada por la etiqueta que la acompaña. En ese contexto, se observa que la **marca solicitada** presenta una composición gráfica llamativa y dinámica, configurada por la expresión "TOTAL NITRO" en letras de tipografía especial color naranja y terracota, donde se destaca la letra una figura circular que contiene en su interior la silueta de una planta con su raíz; debajo se ubica la expresión "ULTRA TURFA" en un trazo más grueso, cursiva y de menor tamaño, dotándola de una identidad visual propia y

¹ Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley. Asunción. 2013.



Resolución N°

0651

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 981 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO ULTRA TURFA Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43698/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de la firma BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A. contra la Resolución N° 981 de fecha 07 de julio de 2021, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 29 de octubre de 2021 se presenta el representante convencional de la firma BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A e interpone recurso de apelación contra la Resolución N° 981 de fecha 07 de julio de 2021, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 08 de noviembre de 2021 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 07 de abril de 2022, el representante convencional de BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A expresó agravios; y esta Dirección llamó autos para resolver en fecha 22 de abril de 2022.-----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera "(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2014-1446875 Denominación TOTAL Clase 1 Registro 409104 Titular Total S.a [FR]; Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, y la otra relacionada, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores, por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado".-----

Que, se agravia el apelante, y entre otros argumentos expresa: "(...) Que, la solicitud de mi mandante es totalmente diferente de la marca base del Rechazo, ya que está compuesta por un total de CUATRO palabras y un logotipo con letras en distintos tonos de color naranja en fondo blanco más el diseño de unas hojas que la diferencia suficientemente de la marca registrada que también posee un logotipo totalmente diferente: (imagen) Que existe una coexistencia pacífica del término TOTAL registrado a nombre de distintos titulares en la clase 1 en el Paraguay.../... Además, mi mandante posee el registro de su marca TOTAL NITRO ULTRA TURFA Y ETIQUETA en Clase 5 en Paraguay, clase relacionada a la Clase 1 (...) ".-----

Que, corresponde a esta dependencia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

En primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre la marca solicitada "TOTAL NITRO ULTRA TURFA Y ETIQUETA" Clase 01 y la marca antecedente "TOTAL Y ETIQUETA" Clase 01, Registro N° 594859 (renovación del Registro N° 409104).-----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0651**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 981 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO ULTRA TURFA Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43698/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º REVOCAR la Resolución N° 981 de fecha 07 de julio de 2021 dictada por la Dirección de Marcas.-----
- Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "TOTAL NITRO ULTRA TURFA Y ETIQUETA ", Clase 01, Expediente N° 43698/2020, solicitada a nombre de BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE por Cédula. -----



Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0651**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 981 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO ULTRA TURFA Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43698/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

diferenciada. Por el contrario, la **marca antecedente** se compone de manera exclusiva por la denominación "TOTAL", estructurada en letras mayúsculas de trazo grueso en color negro, con un diseño sencillo complementado por la figura de círculos cruzados por una línea gruesa de color negro. En consecuencia, la configuración gráfica de ambas etiquetas produce impresiones de conjunto claramente diferenciadas, reduciendo significativamente cualquier posibilidad de asociación o confusión desde el punto de vista visual.-----

Marca Solicitada:

TOTALNITRO
ULTRA TURFA

Marca Antecedente:



Que, además de todo lo mencionado, en el análisis de autos no podemos dejar de manifestar, que según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, se puede advertir que BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A (titular solicitante), ya cuenta con las siguientes marcas registradas: "TOTAL NITRO ULTRA TURFA" clase 05 Registro N° 534308; "TOTAL NITRO FULL" clase 05 Registro N° 534309; Es decir, el titular de la solicitud de autos ya cuenta con registros en clases relacionadas, conformados con la expresión "TOTAL NITRO", circunstancia que permite concluir que la solicitud en trámite constituye una extensión de la familia de marcas que ya le pertenece. Asimismo, las variaciones incorporadas no alteran sustancialmente la identidad denominativa, fonética ni conceptual del signo, sino que contribuyen a reforzar la asociación del público consumidor con un mismo origen empresarial.-----

Sobre el punto, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia entre marcas: *"Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."*-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, esta Dirección considera que la marca solicitada es un signo con características propias, y que no existe riesgo de confusión ya que, analizadas en conjunto, no existe similitud suficiente entre la marca antecedente y la marca solicitada. Conforme a lo anteriormente expuesto, corresponde revocar la Resolución recurrida.-----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

² "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi, 9ª Ed., CABA, Abeledo Perrot, 2017 –

Resolución N° **0652**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 983 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO FULL Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43700/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

Desde el punto de vista ortográfico, ambas denominaciones presentan coincidencia en el vocablo "TOTAL", ubicado al inicio de la marca solicitada. Sin embargo, esta no constituye la totalidad de su estructura denominativa, pues "TOTAL NITRO FULL" incorpora los vocablos adicionales "NITRO" y "FULL", dando lugar a una expresión de mayor extensión y con una configuración gráfica diferenciada respecto de la marca antecedente.-----

Desde el punto de vista fonético, la marca solicitada genera una secuencia sonora más extensa, con diferente ritmo, cadencia y terminación por la inclusión de los términos "NITRO" y "FULL". En consecuencia, la pronunciación de la denominación solicitada, considerada en su conjunto, produce una impresión auditiva distinta de la generada por la sola expresión "TOTAL" correspondiente a la marca antecedente. En cuanto al aspecto conceptual, el término "TOTAL" evoca por sí mismo una idea de totalidad o integridad, mientras que la incorporación de los vocablos "NITRO" y "FULL" en la marca solicitada introduce conceptos adicionales que modifican el significado e impresión conceptual del conjunto. Así, "TOTAL NITRO FULL" constituye una expresión compuesta, con una carga conceptual propia y diferenciada de la marca antecedente "TOTAL".-----

TOTAL NITRO FULL (solicitada), y

TOTAL (marca base de rechazo)

Que, al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY" señalan cuanto sigue: "(...) La comparación visual de las marcas denominativas se basa en un análisis del número y la secuencia de las letras o caracteres, la posición de las palabras o de los caracteres coincidentes, el número de palabras y la estructura de los signos (por ejemplo, los elementos denominativos separados o unidos mediante guiones) [...] El examen de las sílabas comunes reviste una especial importancia al comparar marcas fonéticamente, ya que una similitud fonética estará determinada por las sílabas comunes y su combinación idéntica o similar. Por ejemplo, los siguientes signos denominativos contienen algunas sílabas iguales pero otras diferentes o con un ritmo de pronunciación diferente por lo que son fonéticamente diferentes: Signo anterior CLENOSAN Signo posterior ALEOSAN (...)".-----

Que, no obstante, esta Dirección considera oportuno traer a colación los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas complejas cuanto sigue: "El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles". Vemos así, que el hecho de compartir un elemento, no es suficiente para inclinar la balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás factores adicionales que serán analizados en la presente resolución.-----

Que, al momento de evaluar la capacidad distintiva de las marcas, resulta esencial considerar la impresión de conjunto generada por la etiqueta que la acompaña. En ese contexto, se observa que la **marca solicitada** presenta una composición gráfica llamativa y dinámica, configurada por la expresión "TOTAL NITRO" en letras de tipografía fina y color naranja, donde se destaca la letra "O" que lleva en su interior la silueta de una planta con su raíz; debajo se ubica el vocablo "FULL" en un trazo grueso, y en la base se aprecia una franja ancha de fondo negro con bordes naranjas, dotándola de una identidad visual propia y

¹ Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley. Asunción, 2013.



Resolución N° **0652**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 983 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO FULL Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43700/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de la firma BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A. contra la Resolución N° 983 de fecha 07 de julio de 2021, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 29 de octubre de 2021 se presenta el representante convencional de la firma BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A e interpone recurso de apelación contra la Resolución N° 983 de fecha 07 de julio de 2021, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 08 de noviembre de 2021 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 07 de abril de 2022, el representante convencional de BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A expresó agravios; y esta Dirección llamó autos para resolver en fecha 22 de abril de 2022.-----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera "(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2014-1446875 Denominación TOTAL Clase 1 Registro 409104 Titular Total S.a [FR]; Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, y la otra relacionada, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores, por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado".-----

Que, se agravia el apelante, y entre otros argumentos expresa: "(...) Que, la solicitud de mi mandante es totalmente diferente de la marca base del Rechazo, ya que está compuesta por un total de TRES palabras y un logotipo con letras en distintos tonos de color tierra en fondo blanco más el diseño de unas hojas que la diferencia suficientemente de la marca registrada que también posee un logotipo totalmente diferente: (imagen) Que existe una coexistencia pacífica del término TOTAL registrado a nombre de distintos titulares en la clase 1 en el Paraguay.../... Además, mi mandante posee el registro de su marca TOTAL NITRO FULL y Etiqueta en Clase 5 en Paraguay, clase relacionada a la Clase 1 (...)".-----

Que, corresponde a esta dependencia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

En primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre la marca solicitada "TOTAL NITRO FULL" Clase 01 y la marca antecedente "TOTAL" Clase 01, Registro N° 594859 (renovación del Registro N° 409104).-----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° 0652

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 983 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO FULL Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43700/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º REVOCAR la Resolución N° 983 de fecha 07 de julio de 2021 dictada por la Dirección de Marcas.-----
- Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "TOTAL NITRO FULL Y ETIQUETA ", Clase 01, Expediente N° 43700/2020, solicitada a nombre de BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----
- Art. 3º NOTIFIQUESE por Cédula. -----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0652**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 983 DE FECHA 07 DE JULIO DE 2021, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TOTAL NITRO FULL Y ETIQUETA", Clase 01, EXPEDIENTE N° 43700/2020, SOLICITADO POR BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A.-----

diferenciada. Por el contrario, la **marca antecedente** se compone de manera exclusiva por la denominación "TOTAL", estructurada en letras mayúsculas de trazo grueso en color negro, con un diseño sencillo complementado por la figura de círculos cruzados por una línea gruesa de color negro. En consecuencia, la configuración gráfica de ambas etiquetas produce impresiones de conjunto claramente diferenciadas, reduciendo significativamente cualquier posibilidad de asociación o confusión desde el punto de vista visual.-----

Marca Solicitada:



Marca Antecedente:



Que, además de todo lo mencionado, en el análisis de autos no podemos dejar de manifestar, que según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, se puede advertir que BIOTROP PARTICIPAÇÕES S.A (titular solicitante), ya cuenta con las siguientes marcas registradas: "TOTAL NITRO FULL" clase 05 Registro N° 534309; "TOTAL NITRO ULTRA TURFA" clase 05 Registro N° 534308; Es decir, el titular de la solicitud de autos ya cuenta con registros en clases relacionadas, conformados con la expresión "TOTAL NITRO", circunstancia que permite concluir que la solicitud en trámite constituye una extensión de la familia de marcas que ya le pertenece. Asimismo, las variaciones incorporadas no alteran sustancialmente la identidad denominativa, fonética ni conceptual del signo, sino que contribuyen a reforzar la asociación del público consumidor con un mismo origen empresarial.-----

Sobre el punto, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia entre marcas: *"Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."*-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, esta Dirección considera que la marca solicitada es un signo con características propias, y que no existe riesgo de confusión ya que, analizadas en conjunto, no existe similitud suficiente entre la marca antecedente y la marca solicitada. Conforme a lo anteriormente expuesto, corresponde revocar la Resolución recurrida.-----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

² "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi. 9ª Ed.. CABA, Abeledo Perrot, 2017 –

Resolución N°

0653

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 408 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 43, EXPEDIENTE N° 106733/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Que, en ese sentido, en fecha 19 de junio de 2024, escrito N° 2450713, los señores CARLOS RING y MARÍA JOSÉ GARCETE cedieron y transfirieron a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S. la marca "JAGUATA Y ETIQUETA" Clase 43, correspondiente al Expediente N° 106733/2022. Dicha transferencia ha sido debidamente asentada en el sistema informático institucional, circunstancia que acredita que ambas solicitudes se encuentran actualmente bajo la titularidad de una misma persona jurídica. -----

Que, en consecuencia, la coexistencia registral de ambos signos no configura, en las circunstancias particulares del caso, un riesgo de confusión o asociación para el público consumidor ni supone afectación alguna a derechos de terceros. Por el contrario, se trata de marcas cuya titularidad corresponde a una misma persona jurídica, por lo que desaparece el presupuesto que sustentaba la causal de rechazo considerada por el A- quo en la resolución recurrida.-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, y en vista a que no se incurre en ninguna de las prohibiciones establecidas en el Art. 2 y demás concordantes de la Ley N° 1294/98 de Marcas, esta Dirección General considera que corresponde revocar la resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 408 de fecha 16 de febrero de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 43, Expediente N° 106733/2022, solicitada a nombre de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.** -----


Abg. Claudia Pamela Cristallo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0653

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 408 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 43, EXPEDIENTE N° 106733/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** en contra de la Resolución N° 408 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 19 de junio de 2024 se presenta el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 410 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 11 de marzo de 2026 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 19 de marzo de 2026, el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** expresó agravios; Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 23 de marzo de 2026.-----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2020-2051883 Denominación JAGUATA Clase 44 Registro 521682 Titular Pamela Luján Gonzalez [PY] Comentario: Que ambas denominaciones son idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en clases relacionadas, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.-, por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/9 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...)."*-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: *"(...) Cabe señalar que, con fecha 17 de julio de 2024, se ha solicitado la transferencia total del registro de marca JAGUATA, a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S., conforme al Acta N° 2460526, solicitud que puede verificarse en el sistema informático y que, actualmente se encuentra aprobada. En consecuencia, la marca invocada como base del rechazo se encuentra actualmente registrada a favor del mismo solicitante, por lo que ha desaparecido el obstáculo legal que motivó la denegatoria (...)."*-----

Que, corresponde a esta Dirección General resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, antes de entrar a analizar el fondo de la cuestión, esta Dirección considera que no puede ser pasado por alto el hecho de que la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** es titular tanto de la marca base de rechazo **"JAGUATA Y ETIQUETA"** registrada bajo el N° 521682, como de la marca solicitada **"JAGUATA Y ETIQUETA"**, actualmente en trámite de registro.-----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 409 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 35, EXPEDIENTE N° 106737/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Que, en ese sentido, en fecha 19 de junio de 2024, escrito N° 2450723, los señores CARLOS RING y MARÍA JOSÉ GARCETE cedieron y transfirieron a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S. la marca "JAGUATA Y ETIQUETA" clase 35, correspondiente al Expediente N° 106737/2022. Dicha transferencia ha sido debidamente asentada en el sistema informático institucional, circunstancia que acredita que ambas solicitudes se encuentran actualmente bajo la titularidad de una misma persona jurídica. -----

Que, en consecuencia, la coexistencia registral de ambos signos no configura, en las circunstancias particulares del caso, un riesgo de confusión o asociación para el público consumidor ni supone afectación alguna a derechos de terceros. Por el contrario, se trata de marcas cuya titularidad corresponde a una misma persona jurídica, por lo que desaparece el presupuesto que sustentaba la causal de rechazo considerada por el A- quo en la resolución recurrida.-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, y en vista a que no se incurre en ninguna de las prohibiciones establecidas en el Art. 2 y demás concordantes de la Ley N° 1294/98 de Marcas, esta Dirección General considera que corresponde revocar la resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º REVOCAR la Resolución N° 409 de fecha 16 de febrero de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º ORDENAR la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 35, Expediente N° 106737/2022, solicitada a nombre de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE. -----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0654**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 409 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 35, EXPEDIENTE N° 106737/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** en contra de la Resolución N° 409 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 19 de junio de 2024 se presenta el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 410 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 11 de marzo de 2026 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 19 de marzo de 2026, el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** expresó agravios; Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 23 de marzo de 2026.-----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2020-2051883 Denominación JAGUATA Clase 44 Registro 521682 Titular Pamela Luján Gonzalez [PY] Comentario: Que ambas denominaciones son idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en clases relacionadas, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.-, por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/9 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...).*-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: *"(...) Cabe señalar que, con fecha 17 de julio de 2024, se ha solicitado la transferencia total del registro de marca JAGUATA, a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S., conforme al Acta N° 2460526, solicitud que puede verificarse en el sistema informático y que, actualmente se encuentra aprobada. En consecuencia, la marca invocada como base del rechazo se encuentra actualmente registrada a favor del mismo solicitante, por lo que ha desaparecido el obstáculo legal que motivó la denegatoria (...).*-----

Que, corresponde a esta Dirección General resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, antes de entrar a analizar el fondo de la cuestión, esta Dirección considera que no puede ser pasado por alto el hecho de que la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** es titular tanto de la marca base de rechazo **"JAGUATA Y ETIQUETA"** registrada bajo el N° 521682, como de la marca solicitada **"JAGUATA Y ETIQUETA"**, actualmente en trámite de registro.-----



Resolución N° **0655**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 410 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 09, EXPEDIENTE N° 106738/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Que, en fecha 19 de junio de 2024, escrito N° 2450715, los señores CARLOS RING y MARÍA JOSÉ GARCETE cedieron y transfirieron a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S. la marca "JAGUATA Y ETIQUETA" clase 9, correspondiente al Expediente N° 106738/2022. Dicha transferencia ha sido debidamente asentada en el sistema informático institucional, circunstancia que acredita que ambas solicitudes se encuentran actualmente bajo la titularidad de una misma persona jurídica. -----

Que, en consecuencia, la coexistencia registral de ambos signos no configura, en las circunstancias particulares del caso, un riesgo de confusión o asociación para el público consumidor ni supone afectación alguna a derechos de terceros. Por el contrario, se trata de marcas cuya titularidad corresponde a una misma persona jurídica, por lo que desaparece el presupuesto que sustentaba la causal de rechazo considerada por el A- quo en la resolución recurrida.-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, y en vista a que no se incurre en ninguna de las prohibiciones establecidas en el Art. 2 y demás concordantes de la Ley N° 1294/98 de Marcas, esta Dirección General considera que corresponde revocar la resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 410 de fecha 16 de febrero de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 09, Expediente N° 106738/2022, solicitada a nombre de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.** -----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0655

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 410 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 09, EXPEDIENTE N° 106738/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** en contra de la Resolución N° 410 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 19 de junio de 2024 se presenta el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 410 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 11 de marzo de 2026 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 19 de marzo de 2026, el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** expresó agravios; Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 23 de marzo de 2026.-----

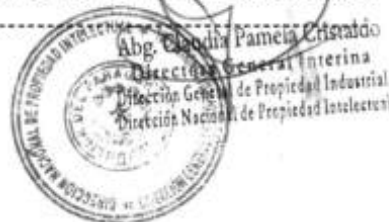
CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2020-2051883 Denominación JAGUATA Clase 44 Registro 521682 Titular Pamela Luján Gonzalez [PY] Comentario: Que ambas denominaciones son idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en clases relacionadas, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.-, por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/9 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...)."*-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: *"(...) Cabe señalar que, con fecha 17 de julio de 2024, se ha solicitado la transferencia total del registro de marca JAGUATA, a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S., conforme al Acta N° 2460526, solicitud que puede verificarse en el sistema informático y que, actualmente se encuentra aprobada. En consecuencia, la marca invocada como base del rechazo se encuentra actualmente registrada a favor del mismo solicitante, por lo que ha desaparecido el obstáculo legal que motivó la denegatoria (...)."*-----

Que, corresponde a esta Dirección General resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, antes de entrar a analizar el fondo de la cuestión, esta Dirección considera que no puede ser pasado por alto el hecho de que la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** es titular tanto de la marca base de rechazo **"JAGUATA Y ETIQUETA"** registrada bajo el N° 521682, como de la marca solicitada **"JAGUATA Y ETIQUETA"**, actualmente en trámite de registro.-----



Resolución N°

0656

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 411 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 45, EXPEDIENTE N° 106740/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Que, en ese sentido, en fecha 19 de junio de 2024, escrito N° 2450719, los señores CARLOS RING y MARÍA JOSÉ GARCETE cedieron y transfirieron a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S. la marca "JAGUATA Y ETIQUETA" Clase 45, correspondiente al Expediente N° 106740/2022. Dicha transferencia ha sido debidamente asentada en el sistema informático institucional, circunstancia que acredita que ambas solicitudes se encuentran actualmente bajo la titularidad de una misma persona jurídica. -----

Que, en consecuencia, la coexistencia registral de ambos signos no configura, en las circunstancias particulares del caso, un riesgo de confusión o asociación para el público consumidor ni supone afectación alguna a derechos de terceros. Por el contrario, se trata de marcas cuya titularidad corresponde a una misma persona jurídica, por lo que desaparece el presupuesto que sustentaba la causal de rechazo considerada por el A- quo en la resolución recurrida.-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, y en vista a que no se incurre en ninguna de las prohibiciones establecidas en el Art. 2 y demás concordantes de la Ley N° 1294/98 de Marcas, esta Dirección General considera que corresponde revocar la resolución recurrida. -----

**PORTANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 411 de fecha 16 de febrero de 2024 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 45, Expediente N° 106740/2022, solicitada a nombre de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.** -----



Resolución N°

0656

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 411 DE FECHA 16 DE FEBRERO DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "JAGUATA Y ETIQUETA", Clase 45, EXPEDIENTE N° 106740/2022, A NOMBRE DE SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** en contra de la Resolución N° 411 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 19 de junio de 2024 se presenta el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 410 de fecha 16 de febrero de 2024, dictada por la Dirección de Marcas. -----

Que, en fecha 11 de marzo de 2026 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 19 de marzo de 2026, el representante convencional de **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** expresó agravios; Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 23 de marzo de 2026. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2020-2051883 Denominación JAGUATA Clase 44 Registro 521682 Titular Pamela Luján Gonzalez [PY] Comentario: Que ambas denominaciones son idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en clases relacionadas, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores.-, por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/9 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado (...).*-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: *"(...) Cabe señalar que, con fecha 17 de julio de 2024, se ha solicitado la transferencia total del registro de marca JAGUATA, a favor de SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S., conforme al Acta N° 2460526, solicitud que puede verificarse en el sistema informático y que, actualmente se encuentra aprobada. En consecuencia, la marca invocada como base del rechazo se encuentra actualmente registrada a favor del mismo solicitante, por lo que ha desaparecido el obstáculo legal que motivó la denegatoria (...).*-----

Que, corresponde a esta Dirección General resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, antes de entrar a analizar el fondo de la cuestión, esta Dirección considera que no puede ser pasado por alto el hecho de que la firma **SERVICE DEVELOPMENT PARAGUAY E.A.S.** es titular tanto de la marca base de rechazo **"JAGUATA Y ETIQUETA"** registrada bajo el N° 521682, como de la marca solicitada **"JAGUATA Y ETIQUETA"**, actualmente en trámite de registro.-----



POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 863 DE FECHA 12 DE ABRIL DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "CENTRALDEPASAJES.COM", Clase 39, EXPEDIENTE N° 72533/2023, A NOMBRE DE AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A.-----

restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "CENTRALDEPASAJES.COM Y ETIQUETA" resulta descriptiva o genérica para los servicios que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los servicios que solicita o se refiere a características propias de los servicios que se desea amparar. -----

Que, la marca solicitante pretende obtener la cobertura en la Clase 39 del nomenclador internacional, de los siguientes servicios: "...Reservas de viajes; transporte de pasajeros; organización de servicios de transporte de pasajeros para terceros mediante una aplicación en línea; transporte aéreos/ transportes aeronáuticos; transporte fluvial...". En ese sentido, la expresión "central de pasajes" se trata de una frase que evoca la idea de un punto de encuentro y movimiento, vinculado con la actividad turística y el transporte, generando en el consumidor una asociación indirecta con los servicios ofrecidos. En consecuencia, el conjunto marcario "CENTRALDEPASAJES.COM", no designa al género o a la especie de los servicios cuya protección solicita, ni constituye la designación necesaria, usual o calificativa de los servicios que el solicitante plantea cubrir con su solicitud.-----

Al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY"¹ señalan cuanto sigue: "(...) La Oficina denegará el registro de un signo por ser descriptivo si el significado del signo fuese percibido inmediatamente por el público pertinente como una información sobre los productos o servicios especificados. Tal sería el caso cuando el signo proporciona información, en particular, sobre la cantidad, calidad, características, finalidad, especie o tamaño de los productos o servicios. La relación entre el elemento descriptivo contenido en el signo y los productos o servicios especificados debe ser suficientemente directa, específica, concreta y comprensible para el consumidor sin necesidad de mayor reflexión. La Oficina no aplicará este motivo de denegación a los signos constituidos por términos u otros signos que sólo fuesen sugestivos o alusivos de determinadas características de los productos o servicios especificados. Lo mismo se aplica cuando el signo sólo contuviera una referencia vaga o indirecta a los productos o servicios.(...)".-----

Que, adicionalmente, se ha constatado la existencia de antecedentes registrales concedidos en la misma clase que presentan características semejantes a la marca solicitada: "CENTRALDEPASAJES.COM Y ETIQUETA". En efecto, de la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución se desprende la existencia de las marcas: CENTRAL DE VIAJES, Registro N° 487152 a nombre de THE ONE S.A.; AERO CENTRO, Registro N° 608570 a nombre de AERO CENTRO S.A.; ALMUNDO.COM, Registro N° 603803 a nombre de Asatej S.R.L.; MEVUELO.COM, Registro N° 509034 a nombre de Partyclass S.A.; VIAJOBIEEN.COM, Registro N° 537249 a nombre de VIAJO BIEN E.A.S. UNIPERSONAL; Tales antecedentes demuestran que expresiones similares han sido admitidas registralmente como parte integrante de signos susceptibles de protección marcaria. Si bien ello no implica la concesión automática del registro solicitado, sí constituye un elemento de juicio relevante para concluir que la expresión cuestionada podría calificarse como evocativa,

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), *Directrices para el examen de marcas en Paraguay*, p. 119. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>



Resolución N°

0657

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 863 DE FECHA 12 DE ABRIL DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "CENTRALDEPASAJES.COM", Clase 39, EXPEDIENTE N° 72533/2023, A NOMBRE DE AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A. en contra de la Resolución N° 863 de fecha 12 de abril de 2025, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 17 de noviembre de 2025 se presenta el representante convencional de AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A. e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1639 de fecha 13 de noviembre de 2019, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 26 de noviembre de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 19 de diciembre de 2025, el representante convencional de AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A. expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 12 de diciembre de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...) Que habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: La marca se encuentra incurso en la siguiente prohibición: "Art. 2 Inc. e)... los que consistan enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio." La denominación se considera descriptiva y sin distintividad alguna con relación a los servicios que desea proteger.- En consecuencia no ha lugar a lo solicitado (...).-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) Que, el interés de mi mandante en la protección de sus productos es evidente por los registros concedidos con los que cuenta en el extranjero. Así también, basta con escribir la denominación en el buscador de Google y el primer resultado arrojado es la página web de mi mandante con lo que se demuestra que la solicitud pretendida es NOTORIA. Que, también es importante destacar que, aunque la ley de marcas se rija por el principio de territorialidad, la denominación solicitada por mi mandante no puede ser considerada genérica en nuestro país cuando otros países no lo han interpretado en igual sentido (...).-----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas


Abg. Claudio Pascual Cruzado
Directora General * - serina
Dirección General de Propiedad Intelectual
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0657

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 863 DE FECHA 12 DE ABRIL DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "CENTRALDEPASAJES.COM", Clase 39, EXPEDIENTE N° 72533/2023, A NOMBRE DE AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A.-----

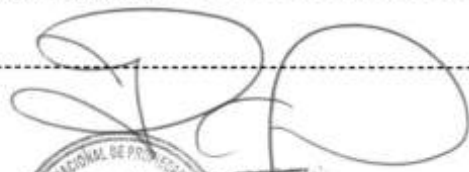
no encontrándose cumplidos los requisitos doctrinarios para calificar a la misma como genérica, descriptiva o de uso necesario en relación con los servicios comprendidos en la Clase 39.-----

Que, ahondando aún más en el análisis, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la diferencia entre las designaciones descriptivas y las evocativas, diciendo: *"Existe una línea divisoria tenue entre los signos evocativos registrables y los descriptivos que no lo son. Los signos evocativos dan una idea de cuál es el producto o servicio en cuestión o sobre sus componentes o características. A veces, más que una idea, se trata de una certeza, y esto es lógico puesto que, de lo contrario, la marca sería engañosa. El signo descriptivo también designa estas mismas características, funciones, destino, origen, calidad, componentes, etcétera. La diferencia está en que la designación descriptiva es la necesaria o usual para aquello que se describe. La evocativa siempre tendrá en su conformación algún elemento que la hará, en menor o mayor grado, de fantasía. Al concederse una marca evocativa no se quita del dominio público ninguna palabra que se use para describir característica alguna de productos o servicios. No sucede lo mismo si se registrase una designación descriptiva"*. Respecto a las designaciones genéricas, el Dr. Otamendi expresa: *"las designaciones genéricas definen no directamente el objeto en causa, sino la categoría, la especie o el género, a los que pertenece ese objeto."* -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para madurar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 863 de fecha 12 de abril de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "CENTRALDEPASAJES.COM Y ETIQUETA", Clase 39, Expediente N° 72533/2023, solicitada a nombre de AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A. -----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.** -----



Abg. Claudia
Directora General Interina
Dirección General de
Propiedad Industrial
Paraguay

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 2.357 DE FECHA 25 DE AGOSTO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "CENTRALDEPASAJES.COM", Clase 43, EXPEDIENTE N° 72530/2023, A NOMBRE DE AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A.-----

restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

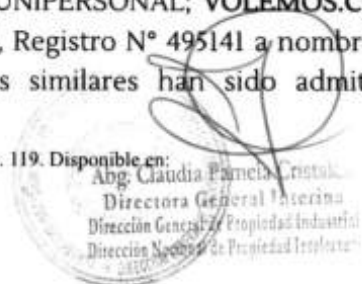
Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "CENTRALDEPASAJES.COM Y ETIQUETA" resulta descriptiva o genérica para los servicios que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los servicios que solicita o se refiere a características propias de los servicios que se desea amparar. -----

Que, la marca solicitante pretende obtener la cobertura en la Clase 43 del nomenclador internacional, de los siguientes servicios: "...Servicios de reservas hoteleras; reservas de habitaciones; reserva de alojamiento; reserva de alojamiento (temporal); reserva de alojamiento turístico; reserva de alojamiento para viajeros; realización de reservas hoteleras para terceros; reserva de alojamiento temporal por intermediarios de viajes; reservas de alojamiento temporal por agencias de viajes; servicios de reserva de alojamiento temporal en forma de reservas de alojamientos ecológicos mediante sitios web; reserva de habitaciones de hotel por agencias de viajes o intermediarios; suministro de información en línea sobre reservas de alojamientos de vacaciones...". En ese sentido, la expresión "central de pasajes" se trata de una frase que evoca la idea de un punto de encuentro y movimiento, vinculado con la actividad turística y el transporte, generando en el consumidor una asociación indirecta con los servicios ofrecidos. En consecuencia, el conjunto marcario "CENTRALDEPASAJES.COM", no designa al género o a la especie de los servicios cuya protección solicita, ni constituye la designación necesaria, usual o calificativa de los servicios que el solicitante plantea cubrir con su solicitud.-----

Al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY"¹ señalan cuanto sigue: "(...) La Oficina denegará el registro de un signo por ser descriptivo si el significado del signo fuese percibido inmediatamente por el público pertinente como una información sobre los productos o servicios especificados. Tal sería el caso cuando el signo proporciona información, en particular, sobre la cantidad, calidad, características, finalidad, especie o tamaño de los productos o servicios. La relación entre el elemento descriptivo contenido en el signo y los productos o servicios especificados debe ser suficientemente directa, específica, concreta y comprensible para el consumidor sin necesidad de mayor reflexión. La Oficina no aplicará este motivo de denegación a los signos constituidos por términos u otros signos que sólo fuesen sugestivos o alusivos de determinadas características de los productos o servicios especificados. Lo mismo se aplica cuando el signo sólo contuviera una referencia vaga o indirecta a los productos o servicios.(...)"-----

Que, adicionalmente, se ha constatado la existencia de antecedentes registrales concedidos en la misma clase que presentan características semejantes a la marca solicitada: "CENTRALDEPASAJES.COM Y ETIQUETA". En efecto, de la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución se desprende la existencia de las marcas: CENTRAL DE VIAJES, Registro N° 486012 a nombre de THE ONE S.A.; VIAJOBLEN.COM, Registro N° 540368 a nombre de VIAJO BIEN E.A.S. UNIPERSONAL; VOLEMOS.COM, Registro N° 480157 a nombre de VOLEMOS S.R.L.; TRAVEL CENTER LAB, Registro N° 495141 a nombre de Travel Center S.A.; Tales antecedentes demuestran que expresiones similares han sido admitidas

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), Directrices para el examen de marcas en Paraguay, p. 119. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>



Resolución N°

0658

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 2.357 DE FECHA 25 DE AGOSTO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "CENTRALDEPASAJES.COM", Clase 43, EXPEDIENTE N° 72530/2023, A NOMBRE DE AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A. en contra de la Resolución N° 2.357 de fecha 25 de agosto de 2025, dictada por la Dirección de Marcas, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 17 de noviembre de 2025 se presenta el representante convencional de AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A. e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1639 de fecha 13 de noviembre de 2019, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 26 de noviembre de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 19 de diciembre de 2025, el representante convencional de AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A. expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 12 de diciembre de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...) Que habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: La marca se encuentra incursa en la siguiente prohibición: "Art. 2 Inc. e)... los que consistan enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio." La denominación se considera descriptiva y sin distintividad alguna con relación a los servicios que desea proteger.- En consecuencia no ha lugar a lo solicitado (...).-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) Que, el interés de mi mandante en la protección de sus productos es evidente por los registros concedidos con los que cuenta en el extranjero. Así también, basta con escribir la denominación en el buscador de Google y el primer resultado arrojado es la página web de mi mandante con lo que se demuestra que la solicitud pretendida es NOTORIA. Que, también es importante destacar que, aunque la ley de marcas se rija por el principio de territorialidad, la denominación solicitada por mi mandante no puede ser considerada genérica en nuestro país cuando otros países no lo han interpretado en igual sentido (...).-----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcania, ciertas

Abg. Claudia Pamela Cristóbal
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 2.357 DE FECHA 25 DE AGOSTO DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "CENTRALDEPASAJES.COM", Clase 43, EXPEDIENTE N° 72530/2023, A NOMBRE DE AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A.-----

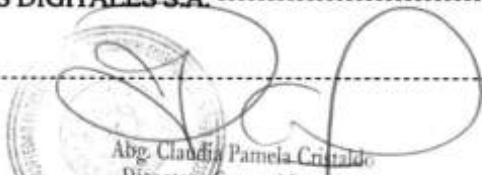
registralmente como parte integrante de signos susceptibles de protección marcaria. Si bien ello no implica la concesión automática del registro solicitado, sí constituye un elemento de juicio relevante para concluir que la expresión cuestionada podría calificarse como evocativa, no encontrándose cumplidos los requisitos doctrinarios para calificar a la misma como genérica, descriptiva o de uso necesario en relación con los servicios comprendidos en la Clase 43.-----

Que, ahondando aún más en el análisis, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la diferencia entre las designaciones descriptivas y las evocativas, diciendo: *"Existe una línea divisoria tenue entre los signos evocativos registrables y los descriptivos que no lo son. Los signos evocativos dan una idea de cuál es el producto o servicio en cuestión o sobre sus componentes o características. A veces, más que una idea, se trata de una certeza, y esto es lógico puesto que, de lo contrario, la marca sería engañosa. El signo descriptivo también designa estas mismas características, funciones, destino, origen, calidad, componentes, etcétera. La diferencia está en que la designación descriptiva es la necesaria o usual para aquello que se describe. La evocativa siempre tendrá en su conformación algún elemento que la hará, en menor o mayor grado, de fantasía. Al concederse una marca evocativa no se quita del dominio público ninguna palabra que se use para describir característica alguna de productos o servicios. No sucede lo mismo si se registrase una designación descriptiva"*. Respecto a las designaciones genéricas, el Dr. Otamendi expresa: *"las designaciones genéricas definen no directamente el objeto en causa, sino la categoría, la especie o el género, a los que pertenece ese objeto."* -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro, ésta Dirección General considera que es un signo que posee las características necesarias para madurar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 2.357 de fecha 25 de agosto de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "CENTRALDEPASAJES.COM Y ETIQUETA", Clase 43, Expediente N° 72530/2023, solicitada a nombre de **AIV SOLUCIONES DIGITALES S.A.** -----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.** -----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

Resolución N°

0659

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 914 DE FECHA 25 DE ABRIL DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "INFINITO Y ETIQUETA", Clase 38, EXPEDIENTE N° 23935/2024, A NOMBRE DE CHRISTIAN MANUEL CORREA MARTINEZ.-----

Que, antes de entrar al análisis de fondo de la cuestión planteada, corresponde verificar la vigencia de la marca registrada que sirvió de antecedente para el rechazo. Al respecto, según la base de datos de la DINAPI, el Registro N° 425417 de la marca "INFINITO", Clase 38 a nombre de Imagen Satelital S.A., venció el 24 de octubre de 2024. Asimismo, se constata que ha transcurrido en su totalidad el plazo de gracia legalmente previsto para su renovación sin que esta se haya verificado a la fecha.-----

Consecuentemente, habiendo desaparecido la base del rechazo, resulta inoficioso el estudio del agravio y no encontrándose la solicitud de registro incurso dentro de las prohibiciones establecidas en los Art. 2º y 6º de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la resolución recurrida y autorizar la prosecución de trámites para el registro de la marca hoy solicitada.-----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 914 de fecha 25 de abril de 2025 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "INFINITO Y ETIQUETA", Clase 38, Expediente N° 23935/2024, solicitada a nombre de CHRISTIAN MANUEL CORREA MARTINEZ.-----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE** . -----

Abg. Claudia Patricia Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0659

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 914 DE FECHA 25 DE ABRIL DE 2025, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "INFINITO Y ETIQUETA", Clase 38, EXPEDIENTE N° 23935/2024, A NOMBRE DE CHRISTIAN MANUEL CORREA MARTINEZ.

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de **Christian Manuel Correa Martinez** en contra de la Resolución N° 914 de fecha 25 de abril de 2025, dictada por la Dirección de Marcas, y;

RESULTA:

Que, en fecha 12 de mayo de 2025, se presenta el representante convencional de **Christian Manuel Correa Martinez** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 914 de fecha 25 de abril de 2025, dictada por la dirección de marcas.

Que, en fecha 12 de junio de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.

Que, en fecha 25 de junio de 2025, el representante convencional de **Christian Manuel Correa Martinez** expresó agravios; Esta Dirección tiene por contestada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 26 de junio de 2025.

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...) Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Expediente 2014-1422796 Denominación INFINITO Clase 38 Registro 425417 Titular Imagen Satelital S.a [AR], Comentario: Que las denominaciones son idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores., por lo que de conformidad al artículo 6° de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado(...)".

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...) Haciendo una verificación de la marca antecedente, se ha encontrado que el registro se encuentra vencido desde fecha 24/10/2024 y no se ha solicitado la renovación de esta.../... No solamente ha transcurrido el plazo de validez de 10 años, sino también el plazo de gracia otorgado por la Ley de Marcas, pues haciendo un conteo del tiempo transcurrido, a la fecha se ha cumplido oficialmente el plazo de 6 meses. (...)".

Que, corresponde a esta Dirección General resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.

Que, en ese sentido, el apelante ha solicitado en fecha 06 de agosto de 2026, la adecuación de la marca "**INFINITO TELECOM**", consistiendo la misma en la exclusión del término "**TELECOM**", tanto de la denominación como del logotipo, quedando como único elemento denominativo el término "**INFINITO**".

marca solicitada

Infinito



POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 662 DE FECHA 21 DE MAYO DE 2020, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "RAIZ UP", CLASE 01, EXPEDIENTE N° 52912/2019, SOLICITADO POR ECO TRADING S.A.-----

Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "RAIZ UP" resulta descriptiva o genérica para los productos que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los productos que solicita o se refiere a características propias de los productos que se desea amparar. -----

Que, la jurisprudencia y doctrina más destacada sobre la materia que nos convoca, afirman que una denominación posee el carácter de genérica o descriptiva, respecto de un producto o servicio, cuando la misma constituye la denominación con la que necesaria y corrientemente se designa al género al que ese producto o servicio pertenece o proporciona información, en particular, sobre la cantidad, calidad, características, finalidad, especie o tamaño de los productos o servicios. Dicho carácter debe desprenderse del significado que posee para los consumidores en el lenguaje corriente. En ese sentido, a fs. 01 de autos se aprecia que la solicitud de registro de la marca "RAIZ UP" fue presentada para cubrir productos de la clase 01 del nomenclador internacional, que textualmente describe: "Fertilizantes agrícolas, comprendidos en la clase 01 (UNO)". La clase I comprende principalmente productos químicos que se utilizan en la industria, la ciencia y la agricultura, incluidos los que entran en la composición de productos comprendidos en otras clases.¹ -----

Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "RAIZ UP" resulta genérica o descriptiva para los productos que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los productos que solicita o si la misma brinda información acerca de las características del producto pedido. En ese sentido, tenemos que la denominación "RAIZ UP" no constituye el nombre habitual y necesario con el que se designa a los productos de la clase 01 del nomenclador internacional sobre los cuales versa la presente solicitud de registro de marca y tampoco brinda información necesaria o usual sobre las características de los productos. -----

Que, esta Dirección entiende que la solicitud de registro "RAIZ UP" representa una creación lingüística distintiva. Esta singularidad emana de la articulación de los elementos fonéticos e ideológicos que trascienden su significado individual para adquirir una identidad marcaria robusta y diferenciadora. Aunque los componentes léxicos "RAIZ" y "UP" pudieran interpretarse, en su estado aislado, como términos de uso común o descriptivos dentro del sector pertinente, su ensamblaje inyecta una dosis sustancial de especificidad al vocablo resultante.-----

Que, esta combinación estratégica de término posibilita un posicionamiento efectivo de la marca en el mercado. En virtud de ello, se puede afirmar que la marca es evocativa, ya que no satisface los requisitos doctrinales para ser clasificada como genérica o descriptiva.-----

Que, al respecto, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la marca evocativa, diciendo: "La marca evocativa es aquella que da al consumidor una idea clara sobre alguna propiedad o característica del producto o servicio que va a distinguir, o aun de la actividad que desarrolla su titular.../... Las marcas evocativas son consideradas por los tribunales como marcas débiles. El argumento en el que se basa esta afirmación es que cualquier persona tiene el derecho de evocar en sus marcas las propiedades o características de los productos o servicios que va a distinguir con ellas. Esto hace que el titular de una marca evocativa deba aceptar, o no pueda impedir, que otras marcas evoquen también las mismas propiedades o características."-----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual. Clasificación de Niza - 13ª edición, versión 2026. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/clasificacionniza?stage=Stage>

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 662 DE FECHA 21 DE MAYO DE 2020, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "RAIZ UP", CLASE 01, EXPEDIENTE N° 52912/2019, SOLICITADO POR ECO TRADING S.A.-----

Asunción,

14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de ECO TRADING S.A., contra la Resolución N° 662 de fecha 21 de Mayo de 2020, dictada por la Dirección de Marcas y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 23 de Septiembre de 2020, se presenta el representante convencional de ECO TRADING S.A. e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 662 de fecha 21 de Mayo de 2020, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 19 de Octubre de 2020 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 26 de Abril de 2021, el representante convencional de ECO TRADING S.A. expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 12 de Agosto de 2021.-----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera "(...)Que la solicitud de registro de la marca "RAIZ UP" ha sido presentada para amparar los productos de la clase 1. Que habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: "Art. 2 inc. e) ** los que consistan enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio, La denominación en su traducción al español se considera descriptiva y sin distintividad alguna con relación a los productos que desea proteger. En consecuencia no ha lugar a lo solicitado.- (...)"-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el representante convencional de ECO TRADING S.A. y manifiesta que: "(...)Que en primer lugar la primera denominación • RAIZ' de la solicitud de mi mandante se encuentra en español y según el Diccionario de la Real Academia Española el significado del mismo es: Órgano de las plantas que crece en dirección inversa a la del tallo, carece de hojas e, introducido en tierra o en otros cuerpos, absorbe de estos o de aquella las materias necesarias para el crecimiento y desarrollo del vegetal y le sirve de sostén. Mientras que la segunda denominación 'UP' se encuentra en el idioma Ingles, que traducido al español significa ARRIBA, y tales denominaciones no hacen referencia ni describen al producto que mi mandante reivindica en su solicitud. Siendo este un elemento relevante al momento del estudio de la marca en pugna. Adjunto al presente escrito impresiones de internet donde se constata la diferencia conceptual pre mencionada.(...)"-----

Que, corresponde a esta dependencia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca.-----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N°

0660

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 662 DE FECHA 21 DE MAYO DE 2020, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "RAIZ UP", CLASE 01, EXPEDIENTE N° 52912/2019, SOLICITADO POR ECO TRADING S.A.-----

Que, otro criterio a ser analizado a la hora de determinar la posible concesión es si existe coexistencia previa en el nomenclador solicitado. Al respecto, vemos que existen otras marcas registradas que cuentan con denominaciones similares. En ese sentido, según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, también se encuentran registradas las marcas: **NUTRISORB RAIZ**, clase 1, Registro N° 554790 a nombre de Laboratoires Goemar, S.A.S.; **LA RAIZ DE LA CALIDAD (SLOGAN)**, clase 1, Registro N° 490442 a nombre de Dante Edmundo Godziewski Krause; **Bio Raiz Nortox**, clase 1, Registro N° 640536 a nombre de NORTOX PARAGUAY S.A.; **SEED UP**, clase 1, Registro N° 615053 a nombre de Olmix.; **RACING UP**, clase 1, Registro N° 623023 a nombre de AGROFERTIL S.A.; **THUMBS UP**, clase 1, Registro N° 595431 a nombre de Ying Paio Enterprises Co., Ltd.; extremo que demuestra que los vocablos RAIZ y UP es de uso común en el rubro.-----

Que, la Resolución recurrida se funda en lo preceptuado en el inciso e) de la Ley. Al respecto, lo que dicho inciso impide respecto de las marcas, es que éstas pretendan monopolizar la forma directa, insoslayable, de que el comerciante o fabricante debe valerse para difundir la naturaleza básica, o las características, especificaciones técnicas principales de su producto, obligándolo a recurrir a circunloquios para lograr aquella finalidad. En ese sentido, la solicitud de autos es una marca, que no hace referencia a la naturaleza básica o especificaciones técnicas principales de su producto, es eminentemente evocativo, dotado de cierta personalidad que permite distinguirla de otras e identificar un producto, línea de productos o el conjunto de productos (o servicios) que provienen de una misma empresa. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro; ésta Dirección considera que es un signo que posee las características necesarias para madurar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 662 de fecha 21 de Mayo de 2020, dictada por la Dirección de Marcas.-----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de los trámites de la solicitud de registro de la marca "RAIZ UP", Clase 01, Acta N° 52912/2019, solicitada a nombre de **GLYMAX S.A.**---
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE.**-----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1314 DE FECHA 24 DE SEPTIEMBRE DE 2020 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "PLUS CREAM Y ETIQUETA", CLASE 03, EXPEDIENTE N° 85361/2019, A NOMBRE DE INDUSTRIA LA POPULAR S.A.-----

restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca.-----

Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "PLUS CREAM Y ETIQUETA" resulta descriptiva o genérica para los productos que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los productos que solicita o se refiere a características propias de los productos que se desea amparar. -----

Que, la jurisprudencia y doctrina más destacada sobre la materia que nos convoca, afirman que una denominación posee el carácter de genérica o descriptiva, respecto de un producto o servicio, cuando la misma constituye la denominación con la que necesaria y corrientemente se designa al género al que ese producto o servicio pertenece o proporciona información, en particular, sobre la cantidad, calidad, características, finalidad, especie o tamaño de los productos o servicios. Dicho carácter debe desprenderse del significado que posee para los consumidores en el lenguaje corriente. En ese sentido, a fs. 01 de autos se aprecia que la solicitud de registro de la marca "PLUS CREAM Y ETIQUETA" fue presentada para cubrir productos de la clase 03 del nomenclador internacional, que textualmente describe: "*Exclusivamente jabones para la higiene personal, comprendidos en la clase 03 (TRES)*". La clase 03 comprende principalmente los productos preparaciones de tocador no medicinales, así como las preparaciones de limpieza utilizadas en el hogar o en otros ámbitos.¹ -----

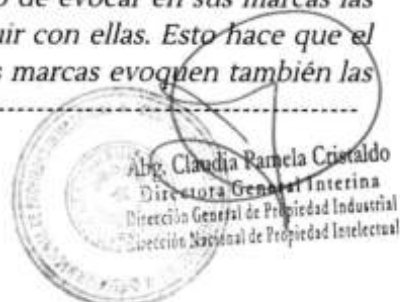
Que, a los efectos de determinar si la solicitud de registro de marca "PLUS CREAM Y ETIQUETA" resulta genérica para los productos que pretende amparar, debemos preguntarnos si dicha denominación constituye la designación usual de los productos que solicita. En ese sentido, tenemos que la denominación "PLUS CREAM Y ETIQUETA" no constituye el nombre habitual con el que se designa a los productos de la clase 03 del nomenclador internacional.-----

Que, esta Dirección entiende que la solicitud de registro "PLUS CREAM Y ETIQUETA" representa una creación lingüística distintiva. Esta singularidad emana de la articulación de los elementos visuales, fonéticos e ideológicos que trascienden su significado individual para adquirir una identidad marcaria robusta y diferenciadora. -----

Que, esta combinación estratégica de término posibilita un posicionamiento efectivo de la marca en el mercado. En virtud de ello, se puede afirmar que la marca es evocativa, ya que no satisface los requisitos doctrinales para ser clasificada como genérica o descriptiva.-----

Que, al respecto, el Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la marca evocativa, diciendo: "*La marca evocativa es aquella que da al consumidor una idea clara sobre alguna propiedad o característica del producto o servicio que va a distinguir, o aun de la actividad que desarrolla su titular.../... Las marcas evocativas son consideradas por los tribunales como marcas débiles. El argumento en el que se basa esta afirmación es que cualquier persona tiene el derecho de evocar en sus marcas las propiedades o características de los productos o servicios que va a distinguir con ellas. Esto hace que el titular de una marca evocativa deba aceptar, o no pueda impedir, que otras marcas evoquen también las mismas propiedades o características.*"-----

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual. Clasificación de Niza - 13ª edición, versión 2026. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/clasificacionniza?stage=Stage>



Resolución N° **0661**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1314 DE FECHA 24 DE SEPTIEMBRE DE 2020 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "PLUS CREAM Y ETIQUETA", CLASE 03, EXPEDIENTE N° 85361/2019, A NOMBRE DE INDUSTRIA LA POPULAR S.A.-----

Asunción, **14 AGO 2026**

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de **INDUSTRIA LA POPULAR S.A.** en contra de la Resolución N° 1314 de fecha 24 de Septiembre de 2020, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 03 de Noviembre de 2020 se presenta el representante convencional de **INDUSTRIA LA POPULAR S.A.**, e interpone recurso de apelación en subsidio en contra de la Resolución N° 1314 de fecha 24 de Septiembre de 2020, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 15 de Enero de 2021 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 25 de Marzo de 2021, el representante convencional de **INDUSTRIA LA POPULAR S.A.** expresa agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 06 de Mayo de 2021.-----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera: "(...)Que la solicitud de registro de la marca "PLUS CREAM y etiqueta" ha sido presentada para amparar los productos de la clase 3. Que habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la citada marca, ésta Dirección considera que la misma incurre en las prohibiciones de la Ley 1294/98 de Marcas, que dispone que no pueden constituir marcas: "Art. 2 Inc. e) ... los que consistan enteramente en un signo que sea el nombre genérico o designación del producto o servicio de que se trate, o que pueda servir en el comercio para calificar o describir alguna característica del producto o servicio.". La denominación en su traducción al español se considera descriptiva y sin distintividad alguna con relación a los productos que desea proteger.-. En consecuencia no ha lugar a lo solicitado.-(...)". -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante y manifiesta: "(...)Que la Resolución no debe considerarse válida, ya que no se ha estudiado todos los elementos que hacen a la solicitud de mi representada, puesto que el A-quo, se limitó a fundamentar su rechazo con el argumento de que "la denominación en su traducción al español se considera descriptiva y sin distintividad". Que primeramente, no puede el A-quo, basar un rechazo solo porque "considera" tal o cual cosa, el rechazo debe estar expresamente fundado en la Ley, si bien es cierto que la denominación traducida al español, está conformada por palabras de uso común, no es menos cierto, que se protege la denominación en todo su conjunto y no por separado, mi comitente ha conformado una denominación con la cual identifica exclusivamente a las variedades de su producto. En segundo lugar, es falsa la afirmación del A-quo, al decir que la denominación solicitada carece de distintividad, puesto que cuenta con una exclusiva y única etiqueta, que hace que la marca sea reconocida por el consumidor en cualquier momento. A continuación, y para mejor aprecio de la Sra. Directora, reproduzco íntegramente la etiqueta de la marca en cuestión.(...)"-----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1034/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas


Abo. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0661**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 1314 DE FECHA 24 DE SEPTIEMBRE DE 2020 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "PLUS CREAM Y ETIQUETA", CLASE 03, EXPEDIENTE N° 85361/2019, A NOMBRE DE INDUSTRIA LA POPULAR S.A.-----

Que, adicionalmente, la marca solicitada cuenta con una etiqueta diferenciadora, en la cual se presenta la denominación "PLUS Cream", dispuesta en una composición gráfica particular, con una tipografía estilizada y predominio de tonalidades azules, incorporando además el diseño de una gota sobre la denominación. Estos elementos gráficos, considerados en su conjunto, aportan un grado adicional de distintividad al signo solicitado.-----

marca solicitada



Que, como se ha mencionado, la Resolución recurrida se funda en lo preceptuado en el inciso e) de la Ley. Al respecto, lo que dicho inciso impide respecto de las marcas, es que éstas pretendan monopolizar la forma directa, insoslayable, de que el comerciante o fabricante debe valerse para difundir la naturaleza básica, o las características, especificaciones técnicas principales de su producto, obligándolo a recurrir a circunloquios para lograr aquella finalidad. En ese sentido, la solicitud de autos es una marca, que no hace referencia a la naturaleza básica o especificaciones técnicas principales de su producto, nos encontramos ante un signo dotado de personalidad que permite distinguirla de otras e identificar un producto, línea de productos o el conjunto de productos (o servicios) que provienen de una misma empresa. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, habiéndose realizado el examen de registrabilidad de la solicitud de registro; ésta Dirección considera que es un signo que posee las características necesarias para madurar en registro; por consiguiente, y al no encontrarse inserta dentro de las prohibiciones de la Ley N° 1294/98 de Marcas, corresponde revocar la Resolución recurrida. -----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE

- Art. 1º **REVOCAR** la Resolución N° 1314 de fecha 24 de Septiembre de 2020 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º **ORDENAR** la prosecución de los trámites de la solicitud de registro de la marca "PLUS CREAM Y ETIQUETA", clase 03, Acta N° 85361/2019, solicitada a nombre de **INDUSTRIA LA POPULAR S.A.**-----
- Art. 03º **NOTIFÍQUESE.**-----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0662**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 728 DE FECHA 16 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "VALERIO", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 8040/2022 A NOMBRE DE ERVATEIRA VALERIO LTDA. -----

productos asegura que los consumidores no podrán confundir las marcas, ya que cada una se dirige a mercados y necesidades claramente diferenciadas.(...)" -----

Que, el oponente no contestó el traslado de la expresión de agravios, por lo que se la declaró en rebeldía y se llamó a autos para resolver. -----

Que, corresponde a esta Dirección resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto, y la consecuente coexistencia o no de las marcas **VALERIO** (solicitada en clase 35) y la marca **CONSTENARO VALERIO** (registrada en clase 07).-----

Que, al iniciar el análisis de las denominaciones debe tenerse presente que el mismo sea realizado desde una visión de conjunto, como es regla general en el derecho marcario, sin artificiales desmembraciones y cuyo objetivo es advertir si la percepción de una de las marcas puede ser asociada con la otra. De esta manera, corresponde a esta instancia administrativa determinar si las marcas en cuestión pueden o no ser confundidas en el mercado, tras un análisis desde la óptica de los eventuales consumidores. -----

Que, en ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca "**VALERIO**", clase 35, con la marca oponente "**CONSTENARO VALERIO**", clase 35. -----

VALERIO (marca solicitada) y,

CONSTENARO VALERIO Y ETIQUETA (marca oponente)

Que, si bien es cierto que las denominaciones analizadas contienen similitudes entre sí, no necesariamente causarán confusión en el seno del público consumidor pues, en su conjunto, dejan una impresión visual muy diferente. -----

Que, siguiendo esta línea de razonamiento, esta Dependencia es de la tesitura que no se puede declarar confundibles a las marcas por el solo hecho de que dentro de su estructura existan letras o elementos en común, siendo que como se sabe el análisis debe ser en conjunto. El tratadista Otamendi, explica ciertos criterios a ser tomados en cuenta para realizar un correcto análisis de conjunto, los cuales hemos tomado en cuenta para la resolución del presente litigio, y nos permitimos transcribir a continuación "*...En principio, es el conjunto el que debe ser objeto del análisis y no sus partes integrantes separadas en forma arbitraria (747).*"-----

Que, al analizar los aspectos ortográfico y fonético de la marca solicitada "**VALERIO**" frente a la marca oponente "**CONSTENARO VALERIO**", se advierte que, si bien ambas comparten algunas letras, ello no implica que se lean o pronuncien de la misma manera. En efecto, las denominaciones presentan distinta longitud, estructura y composición, circunstancias que se evidencian del simple cotejo de los signos. En consecuencia, la mera coincidencia parcial de ciertas letras no constituye un elemento suficiente para concluir que las marcas sean confundibles, toda vez que las diferencias existentes en su estructura y configuración les otorgan una fisonomía ortográfica propia y una pronunciación claramente diferenciada. -----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

0662

Resolución N° _____

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 728 DE FECHA 16 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "VALERIO", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 8040/2022 A NOMBRE DE ERVATEIRA VALERIO LTDA. -----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por la representante convencional de **ERVATEIRA VALERIO LTDA** en contra de la Resolución N° 728 de fecha 16 de Julio de 2024, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 09 de Agosto de 2024 se presenta el representante convencional de **ERVATEIRA VALERIO LTDA** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 728 de fecha 16 de Julio de 2024, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----

Que, en fecha 04 de Octubre de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso interpuesto. -----

Que, en fecha 21 de Octubre de 2024, el representante convencional de **ERVATEIRA VALERIO LTDA** expresó agravios; en fecha 26 de Octubre de 2024 esta dependencia administrativa tuvo por presentada la expresión de agravios y ordenó el traslado a la contraparte por el plazo de la ley. -----

Que, en fecha 19 de Marzo de 2025 esta Dirección General dicta la providencia por la cual declara la rebeldía a la parte solicitante por no contestar el traslado de los agravios, da por decaído el derecho que ha dejado de usar y llama a Autos para resolver. -----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: "(...)Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "VALERIO" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca oponente "COSTENARO VALERIO y Etiqueta", se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual. Que, adicionalmente, a fin de resolver si existirá confusión en el público consumidor, analizando el campo ortográfico y fonético como así también la clase, notamos que existe identidad de denominaciones como así también de clase. Que, al respecto, esta dependencia administrativa considera que la denominación solicitada VALERIO resulta indudablemente similar a la oponente COSTENARO VALERIO y Etiqueta, y que de las semejanzas ortográficas se genera una similitud fonética, debido a que al pronunciarlas una a continuación de la otra, tenemos que la impresión auditiva que generan ambas podría causar confusión en el público consumidor.-(...)" -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante manifiesta: "(...)Si bien se reconoce el derecho adquirido invocado por la parte adversa, es importante señalar que la negativa al registro de la marca de mi mandante representaría un menoscabo a sus derechos. Esto se debe a que los productos de la marca oponente son completamente distintos a aquellos que mi mandante ofrece en la clase 35 incluye la importación, exportación, comercialización y abastecimiento a terceros, así como la compra y venta de yerba mate. Por otro lado, la contraparte opera en la clase 7, que abarca productos como máquinas y maquinarias, herramientas, motores, acoplamientos y correas de transmisión, además de grandes instrumentos para la agricultura e incubadoras. Esta diferencia fundamental en la naturaleza y el uso de los -----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

Resolución N° **0662**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 728 DE FECHA 16 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "VALERIO", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 8040/2022 A NOMBRE DE ERVATEIRA VALERIO LTDA. -----

nos ocupa tenemos que las marcas se encuentran en clases diferentes del nomenclador -siendo además sus productos plenamente distinguibles-. -----

Por tanto, resulta plenamente viable una eventual coexistencia pacífica entre las marcas "VALERIO" en la clase 35 y la marca "CONSTENARO VALERIO Y ETIQUETA" clase 07. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, esta Dirección arriba a la conclusión de que las marcas en pugna son suficientemente diferentes entre sí, originales, distintas una de otra en todos los planos de comparación, por tanto, corresponde revocar la Resolución recurrida.-----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** **REVOCAR** la Resolución N° 728 de fecha 16 de Julio de 2024 dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----
- Art. 2º** **ORDENAR** la prosecución de los trámites de la solicitud de registro de la marca "VALERIO", clase 35, Expediente N° 8040/2022 a nombre de ERVATEIRA VALERIO LTDA . -----
- Art. 3º** **NOTIFÍQUESE** por Cédula. -----


Abg. Claudia Pamela Grisaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

Resolución N° **0662**

POR LA CUAL SE REVOCA LA RESOLUCIÓN N° 728 DE FECHA 16 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "VALERIO", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 8040/2022 A NOMBRE DE ERVATEIRA VALERIO LTDA. -----

Que, al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY" señalan cuanto sigue: "(...) La comparación visual de las marcas denominativas se basa en un análisis del número y la secuencia de las letras o caracteres, la posición de las palabras o de los caracteres coincidentes, el número de palabras y la estructura de los signos (por ejemplo, los elementos denominativos separados o unidos mediante guiones) [...] Se entenderá que existe similitud fonética si el sonido de la pronunciación de los elementos verbales de los signos comparados fuese el mismo, o lo suficientemente cercano para que no se puedan distinguir auditivamente. Los elementos clave para determinar la impresión fonética general de un signo denominativo son sus letras y sílabas y su orden y acentuación particulares. El examen de las sílabas comunes reviste una especial importancia al comparar marcas fonéticamente, ya que una similitud fonética estará determinada por las sílabas comunes y su combinación idéntica o similar. Por ejemplo, los siguientes signos denominativos contienen algunas sílabas iguales pero otras diferentes o con un ritmo de pronunciación diferente por lo que son fonéticamente diferentes: Signo anterior CLENOSAN Signo posterior ALEOSAN²(...)". -----

En tal sentido, Jorge Otamendi sostiene que: "El derecho marcario no protege prefijos o partículas comunes cuando no constituyen por sí mismos el signo distintivo." En ese sentido, como es sabido, la protección de las marcas se extiende al conjunto del signo distintivo y no a sus elementos tomados de forma aislada. Por ello cabe afirmar que la protección otorgada a la marca registrada CONSTENARO VALERIO y otros registros alegados, se extiende al uso en conjunto del signo denominativo así presentado, y no le otorga exclusividad sobre sus elementos tomados de forma separada (CONSTENARO, VALERIO), razón por la cual esta dependencia administrativa considera que tales elementos pueden formar parte de otra marca aún en la misma clase toda vez que la marca posterior posea elementos que la diferencien de la marca anterior. -----

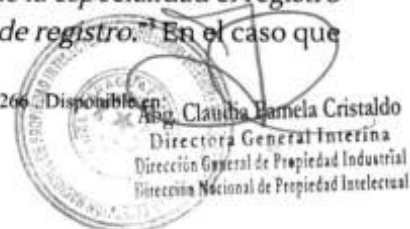
Respecto a la cobertura de las marcas enfrentadas, las marca base de la oposición, ampara productos que se detallan a continuación: **CONSTENARO VALERIO**, Registro N° 437126, clase 07, para **Todos los artículos de la clase 7, comprendiéndose entre ellos maquinas y maquinas herramientas, motores (excepto motores para vehículos terrestres), acoplamientos y elementos de transmision (excepto para vehículos terrestres), instrumentos agrícolas que no sean accionados manualmente, incubadoras de huevos, distribuidores automaticos.** Mientras que la presente solicitud **VALERIO** pretende su registro para amparar los servicios comprendidos en la clase 35 tales como: Importación, Exportación , Comercialización y Abastecimiento a Terceros , Compra y Venta de Yerba Mate. -----

A dicho respecto, es conveniente recordar que el sistema seguido por nuestro sistema marcario es el conocido como **uniclase**, en virtud del Art. 7° de la Ley de Marcas, el cual supone la presentación de una sola solicitud de registro de marca por cada clase en la que se pretenda el registro, tramitándose cada solicitud mediante expedientes separados. De ello deriva uno de los principios marcarios fundamentales, el de **especialidad**, el cual constituye la esencia misma de la marca pues, esta sólo adjudica protección a la categoría de productos o servicios para la que ha sido creada. Las marcas en pugna **no** comparten la misma clase del nomenclador internacional. -----

Que, conviene mencionar lo señalado en el Material: "Directrices para el Examen de Marcas en Paraguay" aprobado por Resolución DINAPI N° 259/2025: "En virtud de la regla de la especialidad el registro de una marca se limita a los productos y servicios especificados en la solicitud de registro." En el caso que

² Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), *Directrices para el examen de marcas en Paraguay*, pp. 147 y 266. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>

³ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual. (2025) *Directrices para el Examen de Marcas en Paraguay*. <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>



0663

Resolución N° _____

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 747 DE FECHA 18 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "LINNEA SAFE Y ETIQUETA", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 30673/2022 A NOMBRE DE MARCOS ANDRE BENEDETTI RABELO.-----

reproducen en idéntica posición y orden la marca LINEAS, así como también la denominación principal de la marca LINEAS INTERIORES, ambas registradas a favor de mi representada. En un frustrado intento de otorgar originalidad, la parte adversa se limitó a agregar la letra N a la denominación señalada, modificación que pasa inadvertida y que no aporta distintividad tanto desde el punto de vista ortográfico ni fonético, puesto que de igual manera se lee de la misma forma. Estas alteraciones mínimas no modifican la percepción global de la marca solicita por la parte adversa, pues el consumidor promedio seguirá identificando el mismo núcleo denominativo existente entre ambas denominaciones.(...)"-----

Que, el solicitante no contestó el traslado de la expresión de agravios, por lo que se la declaró en rebeldía y se llamó a autos para resolver. -----

Que, corresponde a esta Dirección resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto, y la consecuente coexistencia o no de las marcas **LINNEA SAFE Y ETIQUETA** (solicitada en clase 35) y la marca **LINEAS INTERIORES** (registrada en clase 35).-----

Que, al iniciar el análisis de las denominaciones debe tenerse presente que el mismo sea realizado desde una visión de conjunto, como es regla general en el derecho marcario, sin artificiales desmembraciones y cuyo objetivo es advertir si la percepción de una de las marcas puede ser asociada con la otra. De esta manera, corresponde a esta instancia administrativa determinar si las marcas en cuestión pueden o no ser confundidas en el mercado, tras un análisis desde la óptica de los eventuales consumidores. -----

Que, desde el punto de vista conceptual, ambas marcas comparten el vocablo "LINEA", presente en las expresiones "LINNEA" y "LINEAS". No obstante, dicho término constituye una palabra de uso común, frecuentemente empleada para identificar una serie, gama o conjunto de productos o servicios, razón por la cual posee una reducida fuerza distintiva.-----

Que, en ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca "**LINNEA SAFE Y ETIQUETA**", clase 35, con la marca oponente "**LINEAS INTERIORES**", clase 35. -----

LINNEA SAFE Y ETIQUETA (marca solicitada) y,

LINEAS INTERIORES Y ETIQUETA (marca oponente)

Que, si bien es cierto que las denominaciones analizadas contienen similitudes entre sí, no necesariamente causarán confusión en el seno del público consumidor pues, en su conjunto, dejan una impresión visual muy diferente. -----

Que, siguiendo esta línea de razonamiento, esta Dependencia es de la tesitura que no se puede declarar confundibles a las marcas por el solo hecho de que dentro de su estructura existan letras o elementos en común, siendo que como se sabe el análisis debe ser en conjunto. El tratadista Otamendi, explica ciertos criterios a ser tomados en cuenta para realizar un correcto análisis de conjunto, los cuales hemos tomado en cuenta para la resolución del presente litigio, y nos permitimos transcribir a

Resolución N°

0663

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 747 DE FECHA 18 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "LINNEA SAFE Y ETIQUETA", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 30673/2022 A NOMBRE DE MARCOS ANDRE BENEDETTI RABELO.-----

Asunción, '14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por la representante convencional de **LINEAS INTERIORES S.A.** en contra de la Resolución N° 747 de fecha 18 de Julio de 2024, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 14 de Agosto de 2024 se presenta el representante convencional de **LINEAS INTERIORES S.A.** e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 747 de fecha 18 de Julio de 2024, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----

Que, en fecha 03 de Diciembre de 2025 fue dictada la providencia que concedió el recurso interpuesto. -----

Que, en fecha 27 de Febrero de 2026, el representante convencional de **LINEAS INTERIORES S.A.** expresó agravios; en fecha 09 de Marzo de 2026 esta dependencia administrativa tuvo por presentada la expresión de agravios y ordenó el traslado a la contraparte por el plazo de la ley. -----

Que, en fecha 27 de Mayo de 2026 esta Dirección General dicta la providencia por la cual declara la rebeldía a la parte solicitante por no contestar el traslado de los agravios, da por decaído el derecho que ha dejado de usar y llama a Autos para resolver.-----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que: *"(...Que, no existe ninguna posibilidad de confusión entre las marcas en pugna, la solicitada en la clase 35, y el oponente registrada en la clase 35, debido especialmente a la "diferente naturaleza de los servicios protegidos por las mismas". La marca solicitada cumple con los requisitos de novedad y especialidad requeridos por nuestra legislación marcaria, por ende no se encuentran suficientes argumentos jurídicos que puedan eventualmente justificar su rechazo.- Que, también cabe señalar que la marca solicitada LINNEA SAFE cuenta con una etiqueta que posee un diseño posee un diseño distintivo y original que la diferencia de la marca oponente. Así podemos hacer énfasis al visualizar los colores, tipografía u otros aspectos gráficos que hacen que la etiqueta sea única y haga la diferencia con la marca del oponente. Por lo tanto la demanda deviene improcedente.(...)"* -----

Que, entre otros argumentos, se agravia el apelante manifiesta: *"(...)En este sentido, dicha solicitud carece de un elemento diferenciador suficiente que permita su registro conforme a los principios de distintividad marcaria. En efecto, la marca cuyo registro se pretende no es más que una copia de las afamadas marcas de mi representada, lo que vulnera los derechos previamente adquiridos y genera un riesgo evidente de confusión en el mercado. Al colocar las marcas una después de la otra, salta a la vista las semejanzas gráficas, ortográficas y fonéticas, que existen entre ellas - LINEAS INTERIORES y LINEAS / LINNEA SAFE -- En este punto, resulta pertinente, poner a consideración que en la resolución de primera instancia la Directora de Asuntos Litigiosos omitió hacer referencia acerca de las amplias similitudes existentes entre las denominaciones en pugna, así como también no mencionó en ningún apartado a la marca LINEAS de mi mandante. Siguiendo con el análisis de las similitudes existentes, observamos que la denominación principal LINNEAS de la marca solicitada se compone de siete letras; de las cuales todas*

Resolución N° **0663**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 747 DE FECHA 18 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "LINNEA SAFE Y ETIQUETA", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 30673/2022 A NOMBRE DE MARCOS ANDRE BENEDETTI RABELO.

de sus elementos como por el diseño, tipografía, colores y recursos gráficos empleados, reduciendo significativamente cualquier posibilidad de asociación o confusión desde el punto de vista visual.

marca solicitada:

LINNEA SAFE

marca oponente:

✕
LINEAS
INTERIORES

Respecto a la cobertura de las marcas enfrentadas, las marca base de oposición, ampara servicios que se detallan a continuación: LINEAS INTERIORES, Registro N° 496365, clase 35, para los *servicios de ventas, marketing y publicidad de muebles, objetos y artículos de decoración, comprendidos en la clase 35 (TREINTA Y CINCO) del Decreto N° 8562 del año 2012*. Mientras que la presente solicitud LINNEA SAFE Y ETIQUETA pretende su registro para amparar los *servicios comprendidos en la clase 35 tales como: Importación, Exportación, Comercialización y venta Medicamentos estéticos, productos de belleza estética, línea de cosméticos quirúrgicos, preparaciones medicadas para el cuidado de la piel, artículos de tocador medicados, preparados farmacéuticos y medicamentos, principalmente productos médicos, cosméticos y quirúrgicos para la belleza de las personas.*

En consecuencia, aun cuando ambas marcas se encuentren comprendidas en la misma clase del nomenclador, los servicios que distinguen se encuentran dirigidos a sectores comerciales distintos, con finalidades y canales de comercialización diferentes, circunstancia que reduce significativamente la posibilidad de confusión o asociación en el público consumidor.

Que, adicionalmente, otro criterio a ser analizado a la hora de determinar acerca de la procedencia de la oposición en estudio es si existe coexistencia previa. Al respecto, vemos que existen otras marcas registradas a nombre de diversos titulares en la clase 35 que también utilizan el elemento "LINEA" como parte de su denominación. Según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, también se encuentran registradas las marcas: LINEA BLANCA, Registro N° 529749; LINEA MUSTANG, Registro N° 591954; TUFI EN LINEA, Registro N° 597517; TTA S.A. LÍNEA 96, Registro N° 569012; DE LA SAN TIENDA EN LÍNEA, Registro N° 591470; extremo que demuestra la coexistencia del oponente con otras marcas registradas en la clase 35 con la denominación "LINEA" a nombre de diferentes titulares, por ende, esta Dirección no encuentra fundamentos legales que impidan que la solicitud de registro actual pueda prosperar en registro.

Que, Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS se refiere a la coexistencia de la marca oponente diciendo: "Un factor de gran importancia a tener en cuenta en los casos en que se discute la confusión es la coexistencia anterior de las marcas en pugna. Una coexistencia en el mercado de dos marcas, una de ellas registrada y la otra no o ambas de hecho, sin que se hayan suscitado confusiones es la mejor prueba de la inconfundibilidad, y así se lo ha reconocido."³

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

³ "DERECHO DE MARCAS" – Jorge Otamendi. 9ª Ed.. CABA, Abeledo Perrot, 2017 –

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 747 DE FECHA 18 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "LINNEA SAFE Y ETIQUETA", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 30673/2022 A NOMBRE DE MARCOS ANDRE BENEDETTI RABELO.

continuación "...En principio, es el conjunto el que debe ser objeto del análisis y no sus partes integrantes separadas en forma arbitraria (747).¹

Que, al analizar los aspectos ortográfico y fonético de la marca solicitada "LINNEA SAFE" frente a la marca oponente "LINEAS INTERIORES", se advierte que, si bien ambas comparten algunas letras, ello no implica que se lean o pronuncien de la misma manera. En efecto, las denominaciones presentan distinta longitud, estructura y composición, circunstancias que se evidencian del simple cotejo de los signos. En consecuencia, la mera coincidencia parcial de ciertas letras no constituye un elemento suficiente para concluir que las marcas sean confundibles, ya que las diferencias en el orden, composición y configuración de las denominaciones les otorgan una fisonomía ortográfica propia y una pronunciación claramente diferenciada.

Que, al respecto, las "DIRECTRICES PARA EL EXAMEN DE MARCAS EN PARAGUAY" señalan cuanto sigue: "(...) La comparación visual de las marcas denominativas se basa en un análisis del número y la secuencia de las letras o caracteres, la posición de las palabras o de los caracteres coincidentes, el número de palabras y la estructura de los signos (por ejemplo, los elementos denominativos separados o unidos mediante guiones) [...] Se entenderá que existe similitud fonética si el sonido de la pronunciación de los elementos verbales de los signos comparados fuese el mismo, o lo suficientemente cercano para que no se puedan distinguir auditivamente. Los elementos clave para determinar la impresión fonética general de un signo denominativo son sus letras y sílabas y su orden y acentuación particulares. El examen de las sílabas comunes reviste una especial importancia al comparar marcas fonéticamente, ya que una similitud fonética estará determinada por las sílabas comunes y su combinación idéntica o similar. Por ejemplo, los siguientes signos denominativos contienen algunas sílabas iguales pero otras diferentes o con un ritmo de pronunciación diferente por lo que son fonéticamente diferentes: Signo anterior CLENOSAN Signo posterior ALEOSAN²(...)".

En tal sentido, Jorge Otamendi sostiene que: "El derecho marcario no protege prefijos o partículas comunes cuando no constituyen por sí mismos el signo distintivo." En ese sentido, como es sabido, la protección de las marcas se extiende al conjunto del signo distintivo y no a sus elementos tomados de forma aislada. Por ello cabe afirmar que la protección otorgada a la marca registrada LINEAS INTERIORES y otros registros alegados, se extiende al uso en conjunto del signo denominativo así presentado, y no le otorga exclusividad sobre sus elementos tomados de forma separada (LINEAS, INTERIORES), razón por la cual esta dependencia administrativa considera que tales elementos pueden formar parte de otra marca aún en la misma clase toda vez que la marca posterior posea elementos que la diferencien de la marca anterior.

Que, al momento de evaluar la capacidad distintiva de la marca solicitada, resulta esencial considerar la impresión de conjunto generada por la etiqueta que la acompaña. En efecto, la marca solicitada presenta una composición gráfica integrada por la denominación "LINNEA SAFE", representada en letras estilizadas de color azul, destacándose la letra "A" mediante un detalle gráfico de forma circular de color rojo, lo que le confiere una identidad visual propia y fácilmente identificable. Por su parte, la marca base de oposición se compone de la denominación "LINEAS", escrita en letras mayúsculas negras de diseño simple y espaciado, acompañada en la parte inferior por la expresión "INTERIORES" en caracteres de menor tamaño, así como de un elemento figurativo ubicado sobre la denominación principal. En consecuencia, la configuración gráfica de ambos signos genera impresiones de conjunto claramente diferenciadas, tanto por la disposición

¹ Derecho de Marcas. Jorge Otamendi. Editorial: LexisNexis - Abeledo-Perrot AÑO: 2003

² Dirección Nacional de Propiedad Intelectual (DINAPI), *Directrices para el examen de marcas en Paraguay*, pp. 147 y 266. Disponible en: <https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>

Resolución N° **0663**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 747 DE FECHA 18 DE JULIO DE 2024 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "LINNEA SAFE Y ETIQUETA", CLASE 35, EXPEDIENTE N° 30673/2022 A NOMBRE DE MARCOS ANDRE BENEDETTI RABELO.-----

Que, de igual manera, conviene mencionar lo estipulado en el Artículo 16 de la Ley 1294/98, que dispone: *"Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, la protección de exclusividad no se extenderá a los elementos contenidos en ella que fuesen de uso común o necesario en el comercio"*. -----

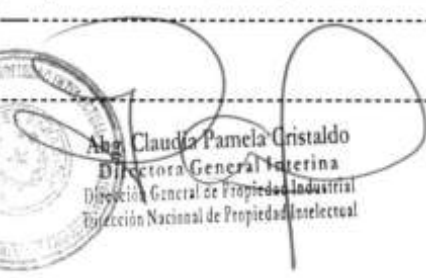
Por tanto, resulta plenamente viable una eventual coexistencia pacífica entre las marcas "LINNEA SAFE Y ETIQUETA" en la clase 35 y la marca "LINEAS INTERIORES Y ETIQUETA" clase 35. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, esta Dirección arriba a la conclusión de que las marcas en pugna son suficientemente diferentes entre sí, originales, distintas una de otra en todos los planos de comparación, por tanto, corresponde confirmar la Resolución recurrida.-----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º** CONFIRMAR la Resolución N° 747 de fecha 18 de Julio de 2024 dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----
- Art. 2º** ORDENAR la prosecución de los trámites de la solicitud de registro de la marca "LINNEA SAFE Y ETIQUETA", clase 35, Expediente N° 30673/2022 a nombre de MARCOS ANDRE BENEDETTI RABELO . -----
- Art. 3º** NOTIFÍQUESE por Cédula. -----



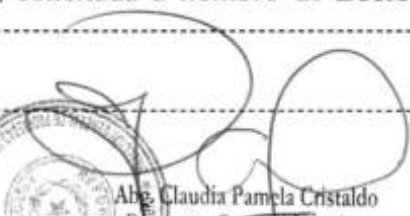

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Industrial

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1125 DE FECHA 14 DE OCTUBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BETATREINTA", CLASE 05, EXPEDIENTE N° 94052/2022, A NOMBRE DE EUROFARMA PARAGUAY S.A..-----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho expuestas, esta Dirección arriba a la conclusión de que las marcas en pugna son suficientemente diferentes entre sí, originales, distintivas una de otra en todos los planos de comparación, por tanto, corresponde confirmar la Resolución recurrida.-----

**POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE**

- Art. 1º **CONFIRMAR** la Resolución N° 1125 de fecha 14 de Octubre de 2024 dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----
- Art. 2º **ORDENAR** la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "BETATREINTA", clase 05, Acta N° 94052/2022, solicitada a nombre de **EUROFARMA PARAGUAY S.A.**.-----
- Art. 3º **NOTIFÍQUESE** por Cédula.-----



Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1125 DE FECHA 14 DE OCTUBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BETATREINTA", CLASE 05, EXPEDIENTE N° 94052/2022, A NOMBRE DE EUROFARMA PARAGUAY S.A.-----

Que, otro criterio a ser analizado a la hora de determinar la posible confundibilidad es si existe coexistencia previa en el nomenclador solicitado. Si bien es cierto que entre las denominaciones "BETATREINTA", (solicitada) "BETA" (oponente), comparten la sílaba "BETA", existen otras marcas registradas dentro de la misma clase 05. En ese sentido, según la búsqueda realizada en el sistema informático de la Institución, además de la marca solicitante y la marca oponente, también se encuentran registradas las siguientes marcas: **BETAVEL**, clase 05, Registro N° 539547 a nombre de Laboratorios Siegfried Sociedad Anónima (siegfried S.a.); **BETADUO**, clase 05, Registro N° 465308 a nombre de Procaps S.a.; **BETATAB**, clase 05, Registro N° 483659 a nombre de Dsm Ip Assets B.v.; **BETADEX**, clase 05, Registro N° 486346 a nombre de Laboratorio De Productos Eticos C.e.i.s.a.; **BETA B-RETISTIM**, clase 05, Registro N° 480905 a nombre de The Latin America Trademark Corporation.; extremo que demuestra la coexistencia pacífica de las mismas dentro del mercado y que mal podría el titular de la marca oponente pretender utilizar con exclusividad una sílaba con la cual ya coexisten previamente.-----

Que, siendo así, la sílaba "BETA" deviene irrelevante para el cotejo marcario y debe ser desechado en el análisis, ya que los vocablos de uso común pueden ser utilizados libremente, sin que nadie pueda intentar monopolizarlos, tal y como lo expresa claramente el Art. 16 de la Ley N° 1294/1998 de Marcas que textualmente expresa *"Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, la protección de exclusividad no se extenderá a los elementos contenidos en ella que fuesen de uso común o necesario en el comercio"*.-----

Que, ahondando aún más en el análisis, esta Dirección considera oportuno traer a colación al Dr. Jorge Otamendi, en su obra DERECHO DE MARCAS, quien se refiere al uso común y menciona *"Una partícula de uso común no puede ser monopolizada por persona alguna, es de libre empleo y no puede invocarse privilegio sobre ella. El titular de una marca que contenga una partícula de uso común no puede impedir su inclusión en marcas de terceros, y fundar en esa sola circunstancia la existencia de confundibilidad, ya que entonces se estaría otorgando al oponente un privilegio inusitado sobre una raíz de uso general o necesario"*. Por ello, se colige que podría darse una coexistencia pacífica entre las mismas.

Que, adicionalmente, es relevante mencionar los argumentos doctrinarios del Prof. Dr. Andrés Sánchez Herrero, quien en su libro "Confusión de Marcas" explica respecto a las marcas complejas cuanto sigue: *"El mero hecho de utilizar el único signo que compone una marca, para utilizarlo en conjunto con otros elementos, en otra marca, no necesariamente implica que esas marcas sean confundibles."*² Así las cosas, vemos que el hecho de compartir un elemento, en este caso el vocablo "BETA", no es elemento suficiente para inclinar la balanza a favor del rechazo, más aún teniendo en cuenta los demás elementos analizados en conjunto en la presente resolución.-----

Que, desechando el análisis fonético-gramatical, queda pendiente dirimir respecto a la cobertura de productos. En ese sentido, si bien las marcas en pugna se encuentran compartiendo la misma clase del nomenclador internacional, clase 05, debe ser mantenido un criterio estricto y riguroso a la hora de otorgar registros para productos de la clase 05, atendiendo a la defensa del interés del público consumidor, dicho esto, esta instancia considera que la marca solicitante "BETATREINTA", es una denominación novedosa, y al NO existir identidad entre los signos en pugna tampoco existe perjuicio de la coexistencia con registros que abarcan coberturas de productos en dicha clase.-----

Además, se debe tener presente que tratándose de productos de la clase 5, el consumidor final promedio normalmente presta mayor atención al momento de adquirirlos, considerando que se tratan de productos medicinales.-----

² Sánchez Herrero, Andrés. "Confusión de Marcas" Editorial La Ley. Asunción. 2013.

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1125 DE FECHA 14 DE OCTUBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BETATREINTA", CLASE 05, EXPEDIENTE N° 94052/2022, A NOMBRE DE EUROFARMA PARAGUAY S.A.-----

con la marca registrada, tanto en la clase 5, como en la clase 35, para la comercialización de productos incluidos en dicha clase. Basta con ingresar en la base de datos de DINAPI, para confirmar lo expuesto en el párrafo precedente, pues es sabido que BETA (segunda letra del alfabeto griego, que corresponde a la nuestra "be") es también muy utilizada en la denominación de medicamentos.(...)-----

Que, corresponde a esta instancia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto.-----

Que, en primer término, las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea y, el resultado que arroje la visión en conjunto es el criterio que debe primar a la hora de determinar si existe posibilidad de confusión entre las mismas. En ese orden de ideas, corresponde a esta instancia administrativa resolver si cabe o no la posibilidad de confusión entre la solicitud de registro de la marca "BETATREINTA", clase 05, con la oponente "BETA" clase 05.-----

BETATREINTA (marca solicitada) y,

BETA (marca oponente)

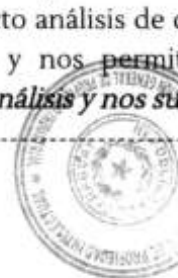
Que, analizando el campo ortográfico y fonético de la solicitante "BETATREINTA" y la marca oponente "BETA", por más que compartan el vocablo BETA (término común y de uso frecuente en el lenguaje técnico y farmacéutico) no se leen de la misma manera, como se puede notar al cotejar dichas marcas, por ende tampoco tendrán pronunciación semejante.-----

Que, si bien comparten el inicio, la síntesis fonética final de la marca solicitada es claramente distinta "TREINTA". La sonoridad final, que cumple un rol relevante en la identificación verbal de medicamentos, diferencia nítidamente ambos signos. En tal sentido, Jorge Otamendi sostiene que: *"El derecho marcario no protege prefijos o partículas comunes cuando no constituyen por sí mismos el signo distintivo."* El elemento distintivo en cada marca se encuentra en su terminación, que es claramente diferenciadora. -----

Que, la diferente longitud y la terminación de las denominaciones, generan una impresión gráfica distinta. De dichas diferencias ortográficas se genera una fuerte distinción fonética, debido que al pronunciarlas una a continuación de la otra, tenemos que la impresión auditiva que generan ambas es bastante disímil. -----

Que, siendo así, la marca de la solicitante, al tener elementos que pueden diferenciarse suficientemente de la marca oponente, puede coexistir pacíficamente con ella sin perjuicio alguno a los intereses de la firma recurrente, al no existir posibilidad de confusión en aquellos elementos o partes que pueden efectivamente ser reivindicados.-----

Que, siguiendo esta línea de razonamiento, esta Dependencia es de la tesis que no se puede declarar confundibles a las marcas por el solo hecho de que dentro de su estructura existan letras o elementos en común, siendo que como se sabe el análisis debe ser en conjunto. El tratadista Otamendi, explica ciertos criterios a ser tomados en cuenta para realizar un correcto análisis de conjunto, los cuales hemos tomado en cuenta para la resolución del presente litigio, y nos permitimos transcribir a continuación *"...En principio, es el conjunto el que debe ser objeto del análisis y no sus partes integrantes separadas en forma arbitraria (747)."*-----


Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1125 DE FECHA 14 DE OCTUBRE DE 2024, DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "BETATREINTA", CLASE 05, EXPEDIENTE N° 94052/2022, A NOMBRE DE EUROFARMA PARAGUAY S.A.-----

Asunción,

14 AGO 2026

VISTO: El recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION contra la Resolución N° 1125 de fecha 14 de Octubre de 2024, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos, y;-----

RESULTA:

Que, en fecha 24 de Octubre de 2024 se presenta el representante convencional de ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1125 de fecha 14 de Octubre de 2024, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos. -----

Que, en fecha 31 de Octubre de 2024 fue dictada la providencia que concedió el recurso interpuesto.-----

Que, en fecha 19 de Febrero de 2025, el representante convencional de ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION expresó agravios; en fecha 31 de Marzo de 2025 el representante convencional de EUROFARMA PARAGUAY S.A. contesta la expresión de agravios. Esta Dirección llamó autos para resolver en fecha 03 de Abril de 2025. -----

CONSIDERANDO:

Que, la Resolución recurrida considera: "(...)Que, analizando las constancias obrantes en el expediente, y haciendo un análisis minucioso entre las denominaciones en pugnas esta Dirección es del criterio que las marcas BETATREINTA (solicitada) y BETA (oponente), notamos que, entre las mismas es posible una coexistencia pacífica en el mercado, en razón de que no existe riesgo de confusión alguno entre las denominaciones en pugna, aunque las mismas comparten el prefijo BETA, ello no demuestra que las mismas causarán confusión al público consumidor, tomando en cuenta que las mismas producen una visión de conjunto distintas entre sí, por lo que no habrá asociación entre ellas, como así también mencionar que dicho prefijo BETA es de uso común para la clase 05, habiendo innumerables registros a nombre de diferentes titulares. Por lo tanto, se puede apreciar que todas se diferencian entre sí, ya sea gráfica, ortográfica como fonéticamente, contribuyendo con ellos a generar una impresión general distinta e inequívoca de cada una de las marcas.(...)------

Que, se agravia el apelante, entre otros argumentos expresa: "(...)Que, la afirmación de que el sufijo "TREINTA" introduce elementos distintivos suficientes para evitar la confusión es errónea y carece de sustento. En primer lugar, la inclusión de un número no genera una diferenciación relevante en términos fonéticos ni visuales, ya que el elemento predominante y de mayor impacto en la percepción del consumidor sigue siendo "BETA", que es idéntico en ambas marcas. Además, la argumentación de que el consumidor medio está acostumbrado a diferenciar productos farmacéuticos por pequeñas variaciones fonéticas y gráficas no se ajusta a la realidad del mercado, donde la similitud en el elemento principal de una marca conlleva un alto riesgo de asociación indebida. En consecuencia, la resolución recurrida incurre en un error al considerar que la coexistencia es viable, pues la identidad del término "BETA" en ambas denominaciones genera un claro riesgo de confusión y aprovechamiento indebido.(...)------

Que, contesta la expresión de agravios EUROFARMA PARAGUAY S.A. y, entre otros argumentos, expresa: "(...)La convivencia de "BETA" y "BETATREINTA" amplía la diversidad y calidad de los productos disponibles para los consumidores. En resumen, si bien las marcas comparten similitudes fonéticas, tienen propuestas distintas que pueden coexistir en el mercado. Vea Señora Directora la gran diferencia gramatical y fonética entre las marcas en el presente litigio, ya que la palabra TREINTA añadida a la palabra BETA está dando a la marca solicitada toda la novedad necesaria para coexistir con la marca registrada. Eso también explica la gran cantidad de marcas combinadas con el vocablo BETA, que coexisten sin problemas

Resolución N° **0665**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1752 DE FECHA 17 DE OCTUBRE DE 2023 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "B&B GLOBAL Y ETIQUETA", CLASE 36, EXPEDIENTE N° 102184/2022, A NOMBRE DE B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.-----

Que, a los efectos de cotejar las marcas en pugna, existen criterios generales avalados, tanto por la doctrina como por la jurisprudencia, que permiten sopesar las similitudes dentro de los campos gráfico y fonético, así como del aspecto ideológico o conceptual. -----

Que, en ese sentido, en los aspectos gráfico y fonético, entre la marca base de rechazo "B&B S.A." registrada en la clase 36 y la solicitud de registro de la marca "B&B GLOBAL" en la clase 36, se evidencia que la marca base del rechazo se encuentra reproducida en la marca solicitada. El hecho de que ambas marcas se encuentren insertas en la misma clase del nomenclador, constituye un agravante significativo en el análisis de riesgo de confusión o coexistencia. La presencia de signos muy semejantes para identificar los mismos productos intensifica la posibilidad de que el consumidor promedio incurra en error o asociación indebida, lo cual contraviene los principios de lealtad comercial y protección al consumidor. Tenemos que la denominación solicitada "B&B GLOBAL" es muy semejante a la marca registrada "B&B S.A.", como se puede apreciar a continuación: -----

B&B GLOBAL (marca solicitada) y,

B&B S.A. (marca base de rechazo)

Primeramente, corresponde señalar que tanto la marca solicitada como la marca antecedente amparan productos de la misma clase. La solicitada "B&B GLOBAL" pretende su registro en la **clase 36** para los servicios: "Servicios de administración de bienes inmuebles; administración de edificios de viviendas; alquiler de apartamentos; alquiler de bienes inmuebles; alquiler de departamentos; alquiler de oficinas para el cotrabajo; arrendamiento con opción de compra [leasing]; asesoramiento sobre deudas; arrendamiento financiero; cobro de alquileres; concesión de descuentos en establecimientos asociados de terceros mediante una tarjeta de miembro; constitución de capital; corretaje de bienes inmuebles; corretaje de seguros; corretaje de valores; corretaje de valores bursátiles; depósito de valores; descuento de facturas [factoraje]; emisión de bonos de valor; emisión de cheques de viaje; emisión de tarjetas de crédito; estimación financiera de costes de reparación; evaluación financiera [seguros, bancos, bienes inmuebles]; fondos mutuos de inversión; gestión financiera; gestión financiera de pagos de reembolso para terceros; información en materia de seguros; información financiera; inversión de capital; inversión de fondos; investigaciones financieras; organización de la financiación de proyectos de construcción; servicios de agencias de alojamiento [apartamentos]; servicios de agencias de alquiler [departamentos]; servicios de agencias de cobro de deudas; servicios de agencias inmobiliarias; servicios de financiación; servicios financieros de agencias de aduana; servicios financieros de correduría aduanera; suministro de información financiera por sitios web; tasación de bienes inmuebles; tasaciones inmobiliarias comprendidos en la clase internacional 36 (treinta y seis)."; mientras que la marca base de rechazo "B&B S.A." se encuentra registrada en la **clase 36** para los servicios: "Servicios de la clase 36, tales como la administración de inmuebles, servicios de alquiler, estimación de bienes inmuebles.-". -----

De la cobertura señalada, se advierte que la marca solicitada comprende una amplia variedad de servicios de la clase 36, varios de los cuales se encuentran expresamente comprendidos en la cobertura de la marca antecedente, que protege los "servicios de la clase 36, tales como la administración de inmuebles, servicios de alquiler y estimación de bienes inmuebles". En consecuencia, existe identidad o, cuanto menos, una significativa coincidencia entre las coberturas enfrentadas, particularmente respecto de los servicios de administración y alquiler de bienes inmuebles, así como de las tasaciones inmobiliarias. En este

0665

Resolución N° _____

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1752 DE FECHA 17 DE OCTUBRE DE 2023 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "B&B GLOBAL Y ETIQUETA", CLASE 36, EXPEDIENTE N° 102184/2022, A NOMBRE DE B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.-----

Asunción, 14 AGO 2026

VISTO: el recurso de apelación interpuesto por el representante convencional de B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA en contra de la Resolución N° 1752 de fecha 17 de Octubre de 2023, dictada por la Dirección de Marcas, y; -----

RESULTA:

Que, en fecha 29 de Noviembre de 2023, se presenta el representante convencional de B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA e interpone Recurso de Apelación en contra de la Resolución N° 1752 de fecha 17 de Octubre de 2023, dictada por la Dirección de Marcas.-----

Que, en fecha 30 de Noviembre de 2023 fue dictada la providencia que concedió el recurso de apelación interpuesto.-----

Que, en fecha 26 de Marzo de 2024, el representante convencional de B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA expresó agravios. Esta Dirección tiene por presentada la expresión de agravios y llama autos para resolver en fecha 04 de Abril de 2024.-----

CONSIDERANDO:

Que, la mencionada Resolución considera que:“(…)Que la solicitud de registro de la marca B&B GLOBAL ha sido presentada para amparar los servicios de la clase 36. Que habiéndose realizado la búsqueda de antecedentes de la citada marca, se ha constatado la existencia en dicha clase de la marca: Denominación: B&B S.A., Clase 36, Registro 518429, Titular: B&b S.a.- Comentario: Que las denominaciones son casi idénticas, muy semejantes, no podrán tener coexistencia pacífica, en una misma clase, sin crear riesgo de confusión entre los consumidores., por lo que de conformidad al artículo 6º de la Ley 1294/98 de Marcas, no ha lugar a lo solicitado.(…)”.-----

Que, entre otros argumentos, se agravia el representante convencional y manifiesta que:“(…)En este sentido, pongo a conocimiento de la Sra. Directora que, si bien existe cierta similitud entre las denominaciones, entre ellas existen elementos suficientes que permiten ser distinguible una de otra. En primer lugar, hago referencia a que la solicitud presentada cuneta con una etiqueta que le otorga distintividad de cualquier otra marca.(…)”.-----

Que, corresponde a esta dependencia administrativa resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley N° 1294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario- se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca.-----

Abg. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

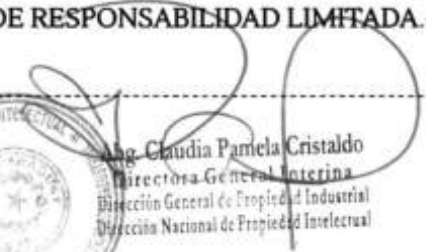
Resolución N° **0665**

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1752 DE FECHA 17 DE OCTUBRE DE 2023 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "B&B GLOBAL Y ETIQUETA", CLASE 36, EXPEDIENTE N° 102184/2022, A NOMBRE DE B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.-----

POR TANTO,
LA DIRECTORA GENERAL INTERINA DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
RESUELVE:

- Art. 1º CONFIRMAR la Resolución N° 1752 de fecha 17 de Octubre de 2023 dictada por la Dirección de Marcas. -----
- Art. 2º DISPONER el archivo de la solicitud de registro de la marca "B&B GLOBAL Y ETIQUETA", clase 36, Expediente. N° 102184/2022, solicitada a nombre de B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.-----
- Art. 3º NOTIFÍQUESE.-----




Ing. Claudia Pamela Cristaldo
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

0665

Resolución N° _____

POR LA CUAL SE CONFIRMA LA RESOLUCIÓN N° 1752 DE FECHA 17 DE OCTUBRE DE 2023 DICTADA POR LA DIRECCIÓN DE MARCAS, EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "B&B GLOBAL Y ETIQUETA", CLASE 36, EXPEDIENTE N° 102184/2022, A NOMBRE DE B&B COMERCIO EXTERIOR SOCIEDAD DE RESPONSABILIDAD LIMITADA.-----

contexto, atendiendo a que las coberturas presentan un elevado grado de coincidencia, corresponde aplicar un mayor nivel de exigencia en el análisis de la distintividad de los signos confrontados. -----

Que, siguiendo con el cotejo de las marcas, y además de la coincidencia de clases señalada, corresponde confrontar la marca solicitada **"B&B GLOBAL"** con la marca base de rechazo **"B&B S.A."**, de cuyo análisis se advierten coincidencias relevantes. En el aspecto ortográfico, ambas comparten íntegramente el elemento **"B&B"**, que constituye el componente denominativo principal de la marca antecedente, diferenciándose únicamente por la incorporación de los términos **"GLOBAL"** y **"S.A."**, respectivamente. Al respecto, las Directrices para el Examen de Marcas en el Paraguay señalan que las letras y palabras situadas al inicio de un signo tienden a ser percibidas con mayor intensidad y adquieren un mayor peso en la impresión del consumidor. En ese sentido, al constituir **"B&B"** el elemento inicial y preponderante de ambas denominaciones, la incorporación del término **"GLOBAL"** en la marca solicitada no resulta suficiente para neutralizar las semejanzas existentes, tanto desde el punto de vista visual como fonético, consideradas en la impresión de conjunto. -----

De igual manera, conviene traer a colación lo señalado en el Material: *"Directrices para el Examen de Marcas en Paraguay"* aprobado por Resolución DINAPI N° 259/2025: *"La mayoría de los casos de conflicto entre marcas no son por una situación de doble identidad sino por la ocurrencia de algún grado de similitud entre los signos y los productos o servicios, lo que requiere un análisis más detenido. En estos casos, la objeción al registro de una marca se basará en el principio del riesgo de confusión. Bajo este principio se debe denegar el registro de una marca cuando los elementos y circunstancias del caso indiquen que, si la marca fuese usada en el comercio en el Paraguay en relación con los productos o servicios especificados, el uso probablemente causaría un riesgo de confusión en el sector pertinente de consumidores. A estos efectos debe entenderse por confusión cualquier suposición o percepción errónea por parte de un consumidor sobre la existencia de un vínculo entre las marcas en conflicto, los titulares de dichas marcas o el origen comercial de los productos y servicios designados por las marcas, cuando dicho vínculo en realidad no existe."* -----

Que, tras el cotejo y análisis en conjunto realizado sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea, vemos que el resultado que arroja la visión en conjunto demuestra que sí existe posibilidad de confusión entre las marcas en pugna, más aún teniendo en cuenta que las marcas enfrentadas se encuentran insertas en la misma clase del nomenclador. -----

En conclusión, esta dependencia administrativa considera que la solicitud de registro de la marca **"B&B GLOBAL"** no puede coexistir con la marca base de rechazo **"B&B S.A."**, con la cual presenta mayores semejanzas que diferencias en los aspectos visual y fonético, máxime considerando la similitud y naturaleza de los servicios que amparan ambas marcas. -----

Que, en base a las consideraciones de hecho y de derecho arriba expuestas, atendiendo al carácter eminentemente cautelar y tuitivo del derecho marcario, conforme a lo dispuesto en los Artículos 6 y 2 inciso f) de la Ley N° 1294/98 de Marcas; es criterio de esta dependencia administrativa que corresponde confirmar la resolución apelada por ser insostenible una coexistencia pacífica entre las mismas. -----

 **Abg. Claudia Pamela Cristaldo**
Directora General Interina
Dirección General de Propiedad Industrial
Dirección Nacional de Propiedad Intelectual

¹ Dirección Nacional de Propiedad Intelectual. (2025) *Directrices para el Examen de Marcas en Paraguay*.
<https://www.dinapi.gov.py/portal/v3/propiedad-industrial/marcas/directrices>