

Resolución D.A.M.I. n.º **000473**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA¹, CLASE 42.-----

Asunción, 13 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca, CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 42, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA solicitada para la clase 42, en base a la marca CABAL en la clase 42, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.L n.º 000473

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 42.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA y la marca oponente CABAL gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, efectuando un análisis integral de las marcas en controversia: CABA MERCHANDISING y CABAL, se advierte que las mismas presentan diferencias sustanciales en los planos gráfico, fonético y conceptual, circunstancias que permiten excluir razonablemente cualquier riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, si bien ambas denominaciones comparten parcialmente la secuencia inicial "CABA", dicha coincidencia resulta insuficiente para generar identidad marcaria, atendiendo a que la marca solicitada incorpora el término adicional "MERCHANDISING", elemento que le otorga una estructura denominativa más extensa, distintiva y con una composición visual claramente diferente respecto de la marca oponente CABAL.-----

Que, asimismo, desde el punto de vista fonético, las expresiones confrontadas producen una sonoridad distinta al momento de su pronunciación sucesiva y de conjunto, toda vez que CABA MERCHANDISING posee una extensión verbal considerablemente mayor, con una





Resolución D.A.M.I. n.º **000473**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 42.-----

cadencia y acentuación diferentes a la denominación breve y compacta CABAL, reduciéndose así cualquier posibilidad de error o confusión auditiva por parte de los consumidores.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcara al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas.-----

Que, asimismo, corresponde señalar que el análisis de confundibilidad marcara debe realizarse considerando las marcas conforme a la impresión general que producen en el consumidor medio, no siendo jurídicamente correcto efectuar un examen fragmentado o aislado de determinados elementos que integran las marcas confrontadas. En ese sentido, no puede otorgarse exclusividad absoluta sobre la partícula "CABA", prescindiendo de los restantes componentes denominativos y gráficos que conforman integralmente las marcas CABA MERCHANDISING y CABAL, puesto que el consumidor aprecia los signos de manera global y sucesiva, reteniendo una percepción general de los mismos y no un recuerdo pormenorizado de cada uno de sus elementos.-----





Resolución D.A.M.I. n.º

000473

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 42.-----

Que, Jorge Otamendi señala que: *"La confusión de marcas debe analizarse en función del impacto general que la denominación produce en el consumidor medio. Es crucial considerar la totalidad de los signos, sin detenerse en elementos aislados, ya que los prefijos o sufijos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo una raíz común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales.*-----

Que, igualmente, *corresponde destacar que ambas marcas cuentan con etiquetas, diseños y composiciones gráficas totalmente diferenciables entre sí, presentando estilos visuales, tipografías, elementos ornamentales y configuraciones distintivas propias, las cuales contribuyen de manera decisiva a individualizar cada signo en el mercado.* En consecuencia, la impresión general que generan las marcas enfrentadas resulta claramente diversa, permitiendo al consumidor medio identificarlas y distinguirlas sin dificultad dentro del tráfico comercial.-----

Los aspectos que deben compararse para determinar la similitud entre dos signos son: aspecto visual o gráfico, aspecto fonético o auditivo, y aspecto conceptual o de significado. El examen comparativo para determinar el nivel de similitud entre dos signos debe versar separadamente sobre su similitud en cada uno de los planos visual, fonético y conceptual, valorando los elementos que coinciden y que difieren.-----

La percepción de las marcas en la mente del consumidor desempeña un papel decisivo en la apreciación global del riesgo de confusión. Normalmente los consumidores perciben una marca como un conjunto y no analizan los distintos detalles del signo.-----



Resolución D.A.M.L. n.º

000473

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 42.



solicitada



oponente

Al hacer la comparación visual es importante observar que el público percibe los elementos denominativos de un modo diferente a los otros elementos dentro del signo. Los elementos denominativos se pueden leer y se pueden asociar con una secuencia de letras. En cambio, otros elementos visuales dentro de un signo mixto no se pueden leer y se valoran solo por sus características gráficas o figurativas.

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los



Resolución D.A.M.I. n.º **000473**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 42.-----

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 220/26 emitido por la jefatura de Priemra Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 42, Expediente n° 2522786 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 42, Expediente n° 2522786 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.L. n.º 000474

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, CLASE 39.

Asunción, 13 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca, CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 39, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA solicitada para la clase 39, en base a la marca CABAL en la clase 39, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.I. n.º ~~000~~ 474

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 39.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA y la marca oponente CABAL gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, efectuando un análisis integral de las marcas en controversia: CABA MERCHANDISING y CABAL, se advierte que las mismas presentan diferencias sustanciales en los planos gráfico, fonético y conceptual, circunstancias que permiten excluir razonablemente cualquier riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, si bien ambas denominaciones comparten parcialmente la secuencia inicial "CABA", dicha coincidencia resulta insuficiente para generar identidad marcaria, atendiendo a que la marca solicitada incorpora el término adicional "MERCHANDISING", elemento que le otorga una estructura denominativa más extensa, distintiva y con una composición visual claramente diferente respecto de la marca oponente CABAL.-----

Que, asimismo, desde el punto de vista fonético, las expresiones confrontadas producen una sonoridad distinta al momento de su pronunciación sucesiva y de conjunto, toda vez que CABA MERCHANDISING posee una extensión verbal considerablemente mayor, con una



Resolución D.A.M.I. n.º 000474

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 39.-----

cadencia y acentuación diferentes a la denominación breve y compacta CABAL, reduciéndose así cualquier posibilidad de error o confusión auditiva por parte de los consumidores.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados. -----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, asimismo, corresponde señalar que el análisis de confundibilidad marcaria debe realizarse considerando las marcas conforme a la impresión general que producen en el consumidor medio, no siendo jurídicamente correcto efectuar un examen fragmentado o aislado de determinados elementos que integran las marcas confrontadas. En ese sentido, no puede otorgarse exclusividad absoluta sobre la partícula "CABA", prescindiendo de los restantes componentes denominativos y gráficos que conforman integralmente las marcas CABA MERCHANDISING y CABAL, puesto que el consumidor aprecia los signos de manera global y sucesiva, reteniendo una percepción general de los mismos y no un recuerdo pormenorizado de cada uno de sus elementos.-----





Resolución D.A.M.I. n.º

000474

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 39.

Que, Jorge Otamendi señala que: *"La confusión de marcas debe analizarse en función del impacto general que la denominación produce en el consumidor medio. Es crucial considerar la totalidad de los signos, sin detenerse en elementos aislados, ya que los prefijos o sufijos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo una raíz común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales."*

Que, igualmente, *corresponde destacar que ambas marcas cuentan con etiquetas, diseños y composiciones gráficas totalmente diferenciables entre sí, presentando estilos visuales, tipografías, elementos ornamentales y configuraciones distintivas propias, las cuales contribuyen de manera decisiva a individualizar cada signo en el mercado.* En consecuencia, la impresión general que generan las marcas enfrentadas resulta claramente diversa, permitiendo al consumidor medio identificarlas y distinguirlas sin dificultad dentro del tráfico comercial.

Los aspectos que deben compararse para determinar la similitud entre dos signos son: aspecto visual o gráfico, aspecto fonético o auditivo, y aspecto conceptual o de significado. El examen comparativo para determinar el nivel de similitud entre dos signos debe versar separadamente sobre su similitud en cada uno de los planos visual, fonético y conceptual, valorando los elementos que coinciden y que difieren.

La percepción de las marcas en la mente del consumidor desempeña un papel decisivo en la apreciación global del riesgo de confusión. Normalmente los consumidores perciben una marca como un conjunto y no analizan los distintos detalles del signo.





Resolución D.A.M.L n.°

000474

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 39.



solicitada



oponente

Al hacer la comparación visual es importante observar que el público percibe los elementos denominativos de un modo diferente a los otros elementos dentro del signo. Los elementos denominativos se pueden leer y se pueden asociar con una secuencia de letras. En cambio, otros elementos visuales dentro de un signo mixto no se pueden leer y se valoran solo por sus características gráficas o figurativas.

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.





Resolución D.A.M.L n.º

000474

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 39.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 219/26 emitido por la jefatura de Priemra Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 39, Expediente n° 2522781 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 39, Expediente n° 2522781 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABC. JADIYI ALVARENGA/SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L. n.° **000475**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA¹, CLASE 25.

Asunción, 13 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca, CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 25, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA solicitada para la clase 25, en base a la marca CABAL en la clase 09, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n.º **000475**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 25.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA y la marca oponente CABAL gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, efectuando un análisis integral de las marcas en controversia: CABA MERCHANDISING y CABAL, se advierte que las mismas presentan diferencias sustanciales en los planos gráfico, fonético y conceptual, circunstancias que permiten excluir razonablemente cualquier riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, si bien ambas denominaciones comparten parcialmente la secuencia inicial "CABA", dicha coincidencia resulta insuficiente para generar identidad marcaria, atendiendo a que la marca solicitada incorpora el término adicional "MERCHANDISING", elemento que le otorga una estructura denominativa más extensa, distintiva y con una composición visual claramente diferente respecto de la marca oponente CABAL.-----

Que, asimismo, desde el punto de vista fonético, las expresiones confrontadas producen una sonoridad distinta al momento de su pronunciación sucesiva y de conjunto, toda vez que CABA MERCHANDISING posee una extensión verbal considerablemente mayor, con una





Resolución D.A.M.I. n. °

000475

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 25.-----

cadencia y acentuación diferentes a la denominación breve y compacta CABAL, reduciéndose así cualquier posibilidad de error o confusión auditiva por parte de los consumidores.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaría al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, asimismo, corresponde señalar que el análisis de confundibilidad marcaría debe realizarse considerando las marcas conforme a la impresión general que producen en el consumidor medio, no siendo jurídicamente correcto efectuar un examen fragmentado o aislado de determinados elementos que integran las marcas confrontadas. En ese sentido, no puede otorgarse exclusividad absoluta sobre la partícula "CABA", prescindiendo de los restantes componentes denominativos y gráficos que conforman integralmente las marcas CABA MERCHANDISING y CABAL, puesto que el consumidor aprecia los signos de manera global y sucesiva, reteniendo una percepción general de los mismos y no un recuerdo pormenorizado de cada uno de sus elementos.-----



Resolución D.A.M.L n. ° **000475**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 25.-----

Que, Jorge Otamendi señala que: *"La confusión de marcas debe analizarse en función del impacto general que la denominación produce en el consumidor medio. Es crucial considerar la totalidad de los signos, sin detenerse en elementos aislados, ya que los prefijos o sufijos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo una raíz común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales.*-----

Que, igualmente, *corresponde destacar que ambas marcas cuentan con etiquetas, diseños y composiciones gráficas totalmente diferenciables entre sí, presentando estilos visuales, tipografías, elementos ornamentales y configuraciones distintivas propias, las cuales contribuyen de manera decisiva a individualizar cada signo en el mercado.* En consecuencia, la impresión general que generan las marcas enfrentadas resulta claramente diversa, permitiendo al consumidor medio identificarlas y distinguirlas sin dificultad dentro del tráfico comercial.-----

Los aspectos que deben compararse para determinar la similitud entre dos signos son: aspecto visual o gráfico, aspecto fonético o auditivo, y aspecto conceptual o de significado. El examen comparativo para determinar el nivel de similitud entre dos signos debe versar separadamente sobre su similitud en cada uno de los planos visual, fonético y conceptual, valorando los elementos que coinciden y que difieren.-----

La percepción de las marcas en la mente del consumidor desempeña un papel decisivo en la apreciación global del riesgo de confusión. Normalmente los consumidores perciben una marca como un conjunto y no analizan los distintos detalles del signo.-----





Resolución D.A.M.L n.° ~~000~~ 475

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 25.



solicitada



oponente

Al hacer la comparación visual es importante observar que el público percibe los elementos denominativos de un modo diferente a los otros elementos dentro del signo. Los elementos denominativos se pueden leer y se pueden asociar con una secuencia de letras. En cambio, otros elementos visuales dentro de un signo mixto no se pueden leer y se valoran solo por sus características gráficas o figurativas.

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los



Resolución D.A.M.L n.°

000475

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 25.

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 222/26 emitido por la jefatura de Priemra Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 25, Expediente n° 2522790 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 25, Expediente n° 2522790 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.º

000476

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 40.

Asunción,

13 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca, CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 40, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA solicitada para la clase 40, en base a la marca CABAL en la clase 40, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.L n.º **000476**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 40.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA y la marca oponente CABAL gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, efectuando un análisis integral de las marcas en controversia: CABA MERCHANDISING y CABAL, se advierte que las mismas presentan diferencias sustanciales en los planos gráfico, fonético y conceptual, circunstancias que permiten excluir razonablemente cualquier riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, si bien ambas denominaciones comparten parcialmente la secuencia inicial "CABA", dicha coincidencia resulta insuficiente para generar identidad marcaria, atendiendo a que la marca solicitada incorpora el término adicional "MERCHANDISING", elemento que le otorga una estructura denominativa más extensa, distintiva y con una composición visual claramente diferente respecto de la marca oponente CABAL.-----

Que, asimismo, desde el punto de vista fonético, las expresiones confrontadas producen una sonoridad distinta al momento de su pronunciación sucesiva y de conjunto, toda vez que CABA MERCHANDISING posee una extensión verbal considerablemente mayor, con una



Resolución D.A.M.I. n.º 000476

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 40.-----

cadencia y acentuación diferentes a la denominación breve y compacta CABAL, reduciéndose así cualquier posibilidad de error o confusión auditiva por parte de los consumidores.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, asimismo, corresponde señalar que el análisis de confundibilidad marcaria debe realizarse considerando las marcas conforme a la impresión general que producen en el consumidor medio, no siendo jurídicamente correcto efectuar un examen fragmentado o aislado de determinados elementos que integran las marcas confrontadas. En ese sentido, no puede otorgarse exclusividad absoluta sobre la partícula "CABA", prescindiendo de los restantes componentes denominativos y gráficos que conforman integralmente las marcas CABA MERCHANDISING y CABAL, puesto que el consumidor aprecia los signos de manera global y sucesiva, reteniendo una percepción general de los mismos y no un recuerdo pormenorizado de cada uno de sus elementos.-----





Resolución D.A.M.I. n.º ~~000~~ 476

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 40.-----

Que, Jorge Otamendi señala que: *"La confusión de marcas debe analizarse en función del impacto general que la denominación produce en el consumidor medio. Es crucial considerar la totalidad de los signos, sin detenerse en elementos aislados, ya que los prefijos o sufijos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo una raíz común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales.*-----

Que, igualmente, *corresponde destacar que ambas marcas cuentan con etiquetas, diseños y composiciones gráficas totalmente diferenciables entre sí, presentando estilos visuales, tipografías, elementos ornamentales y configuraciones distintivas propias, las cuales contribuyen de manera decisiva a individualizar cada signo en el mercado. En consecuencia, la impresión general que generan las marcas enfrentadas resulta claramente diversa, permitiendo al consumidor medio identificarlas y distinguirlas sin dificultad dentro del tráfico comercial.*-----

Los aspectos que deben compararse para determinar la similitud entre dos signos son: aspecto visual o gráfico, aspecto fonético o auditivo, y aspecto conceptual o de significado. El examen comparativo para determinar el nivel de similitud entre dos signos debe versar separadamente sobre su similitud en cada uno de los planos visual, fonético y conceptual, valorando los elementos que coinciden y que difieren.-----

La percepción de las marcas en la mente del consumidor desempeña un papel decisivo en la apreciación global del riesgo de confusión. Normalmente los consumidores perciben una marca como un conjunto y no analizan los distintos detalles del signo.-----



Resolución D.A.M.I. n.º **000476**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 40.



solicitada



oponente

Al hacer la comparación visual es importante observar que el público percibe los elementos denominativos de un modo diferente a los otros elementos dentro del signo. Los elementos denominativos se pueden leer y se pueden asociar con una secuencia de letras. En cambio, otros elementos visuales dentro de un signo mixto no se pueden leer y se valoran solo por sus características gráficas o figurativas.

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.



Resolución D.A.M.L n.° 000476

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA CONTRA CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA", CLASE 40.

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 274/26 emitido por la Jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por CABAL COOPERATIVA DE PROVISION DE SERVICIO LIMITADA contra CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO sobre oposición al registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 40, Expediente n° 2522784 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca CABA MERCHANDISING Y ETIQUETA, clase 40, Expediente n° 2522784 solicitada por CARLOS MIGUEL BASILE FIGUEREDO.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º

000477

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "NEW ANTELIO" CLASE 03.

Asunción,

13 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE contra PASTOR ROCHE GALEANO sobre oposición al registro de marca "NEW ANTELIO" clase 03, y;

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "NEW ANTELIO", solicitada para la clase 03, en base a la marca ANTHELIO en la clase 03 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.

Resolución D.A.M.I. n.º **000477**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "NEW ANTELIO" CLASE 03.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "NEW ANTELIO" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición ANTHELIO, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.-----





Resolución D.A.M.I. n.º

000477

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "NEW ANTELIO" CLASE 03.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n° 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n° 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que





Resolución D.A.M.L n.° **000477**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "NEW ANTELIO" CLASE 03.-----

corresponde confirmar el Dictamen n.° 248/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por LA ROCHE-POSAY LABORATOIRE DERMATOLOGIQUE contra PASTOR ROCHE GALEANO sobre oposición al registro de marca "NEW ANTELIO" clase 03, Expediente n° 2479075 solicitada por PASTOR ROCHE GALEANO-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "NEW ANTELIO" clase 03, Expediente n° 2479075 solicitada por PASTOR ROCHE GALEANO.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADY ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.º

000478

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 16.-----

Asunción, 18 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 16, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA solicitada para la clase 16, en base a la marca CREDISIMPLE en la clase 36, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.I. n.° 000478

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 16.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA y la marca CREDISIMPLE oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como



Resolución D.A.M.I. n.º

000478

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 16.-----

conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, efectuando un análisis integral y sucesivo de las marcas en controversia, se advierte que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE y la marca oponente CREDISIMPLE presentan diferencias relevantes en los planos gráfico, fonético y conceptual, suficientes para descartar riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, la marca solicitada se encuentra conformada por el elemento principal "BANCARD", acompañado del slogan "TU VIDA MÁS SIMPLE", otorgándole una estructura extensa, compuesta y claramente diferenciada, mientras que la marca oponente se limita a la denominación única "CREDISIMPLE". Asimismo, el término "SIMPLE" constituye un vocablo de uso común y de escasa fuerza distintiva dentro del ámbito comercial y financiero, utilizado frecuentemente para transmitir ideas de facilidad, practicidad o accesibilidad en los servicios ofrecidos, razón por la cual no puede concederse exclusividad absoluta sobre dicho término aislado. En consecuencia, son los elementos distintivos "BANCARD" y "CREDI" los que captan principalmente la atención del consumidor, generando impresiones globales claramente distintas tanto en su pronunciación como en su percepción conceptual, permitiendo la coexistencia pacífica de ambas marcas en el mercado sin inducir a error respecto de su origen empresarial.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----



Resolución D.A.M.I. n.º **000478**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 16.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, al profundizar en las diferencias entre BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, también cabe señalar que, no solo se analiza el plano gramatical sino también el visual, podemos notar que, la solicitud de registro cuenta con una etiqueta que lo identifica, siendo de esta manera claramente distinguible con la del oponente, por ende, inconfundibles. Por lo tanto la demanda deviene improcedente.-----

*Solicitada**Oponente*

Resolución D.A.M.I. n.º ~~000~~ 478

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 16.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”, y que... para la comparación de dos marcas en conflicto “ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.



Resolución D.A.M.L n.º 000478

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 16.-----

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 80/25 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 16, Expediente n° 2337402 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 16, Expediente n° 2337402 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L. n.º

000479

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 42.

Asunción, 18 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 42, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA solicitada para la clase 42, en base a la marca CREDISIMPLE en la clase 36, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.º

000479

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 42.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA y la marca CREDISIMPLE oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como





Resolución D.A.M.I. n.º **000479**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 42.-----

conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, efectuando un análisis integral y sucesivo de las marcas en controversia, se advierte que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE y la marca oponente CREDISIMPLE presentan diferencias relevantes en los planos gráfico, fonético y conceptual, suficientes para descartar riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, la marca solicitada se encuentra conformada por el elemento principal "BANCARD", acompañado del slogan "TU VIDA MÁS SIMPLE", otorgándole una estructura extensa, compuesta y claramente diferenciada, mientras que la marca oponente se limita a la denominación única "CREDISIMPLE". Asimismo, el término "SIMPLE" constituye un vocablo de uso común y de escasa fuerza distintiva dentro del ámbito comercial y financiero, utilizado frecuentemente para transmitir ideas de facilidad, practicidad o accesibilidad en los servicios ofrecidos, razón por la cual no puede concederse exclusividad absoluta sobre dicho término aislado. En consecuencia, son los elementos distintivos "BANCARD" y "CREDI" los que captan principalmente la atención del consumidor, generando impresiones globales claramente distintas tanto en su pronunciación como en su percepción conceptual, permitiendo la coexistencia pacífica de ambas marcas en el mercado sin inducir a error respecto de su origen empresarial.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----



Resolución D.A.M.I. n.° **000479**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 42.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, al profundizar en las diferencias entre BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, también cabe señalar que, no solo se analiza el plano gramatical sino también el visual, podemos notar que, la solicitud de registro cuenta con una etiqueta que lo identifica, siendo de esta manera claramente distinguible con la del oponente, por ende, inconfundibles. Por lo tanto la demanda deviene improcedente.-----

*Solicitada**Oponente*



Resolución D.A.M.L n.° **000479**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 42.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los

²Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.L n.° **000479**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 42.-----

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 82/25 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 42, Expediente n° 2337406 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 42, Expediente n° 2337406 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----

ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.° 000480

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 41.-----

Asunción, **18 MAY 2026**

VISTO:

El expediente caratulado: VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 41, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA solicitada para la clase 41, en base a la marca CREDISIMPLE en la clase 36, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.I. n.°

000480

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 41.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA y la marca CREDISIMPLE oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como





Resolución D.A.M.I. n.º

000480

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 41.-----

conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, efectuando un análisis integral y sucesivo de las marcas en controversia, se advierte que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE y la marca oponente CREDISIMPLE presentan diferencias relevantes en los planos gráfico, fonético y conceptual, suficientes para descartar riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, la marca solicitada se encuentra conformada por el elemento principal "BANCARD", acompañado del slogan "TU VIDA MÁS SIMPLE", otorgándole una estructura extensa, compuesta y claramente diferenciada, mientras que la marca oponente se limita a la denominación única "CREDISIMPLE". Asimismo, el término "SIMPLE" constituye un vocablo de uso común y de escasa fuerza distintiva dentro del ámbito comercial y financiero, utilizado frecuentemente para transmitir ideas de facilidad, practicidad o accesibilidad en los servicios ofrecidos, razón por la cual no puede concederse exclusividad absoluta sobre dicho término aislado. En consecuencia, son los elementos distintivos "BANCARD" y "CREDI" los que captan principalmente la atención del consumidor, generando impresiones globales claramente distintas tanto en su pronunciación como en su percepción conceptual, permitiendo la coexistencia pacífica de ambas marcas en el mercado sin inducir a error respecto de su origen empresarial.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----





Resolución D.A.M.I. n.° 000480

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 41.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, al profundizar en las diferencias entre BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, también cabe señalar que, no solo se analiza el plano gramatical sino también el visual, podemos notar que, la solicitud de registro cuenta con una etiqueta que lo identifica, siendo de esta manera claramente distinguible con la del oponente, por ende, inconfundibles. Por lo tanto la demanda deviene improcedente.-----



Solicitada



Oponente





Resolución D.A.M.I. n.° **000480**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 41.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”, y que... para la comparación de dos marcas en conflicto “ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”².*-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.L. n.º

000480

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 41.

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 114/25 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.

Por tanto,

LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 41, Expediente n° 2337405 solicitada por BANCARD S.A.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 41, Expediente n° 2337405 solicitada por BANCARD S.A.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º

000481

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GUTIS LTDA CONTRA LABORATORIOS SAVAL S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA DISOGREL, CLASE 05.-----

Asunción, 18 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: GUTIS LTDA. contra LABORATORIOS SAVAL S.A. sobre oposición al registro de la marca DISOGREL, clase 05, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca DISOGREL solicitada para la clase 05, en base a la marca DISOLFLEM en la clase 05, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n.º

000481

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GUTIS LTDA CONTRA LABORATORIOS SAVAL S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA DISOGREL, CLASE 05.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, al realizar un análisis minucioso y comparativo de las marcas en controversia, se puede observar que la marca solicitada DISOGREL y la marca oponente DISOLFLEM presentan diferencias significativas desde el punto de vista gramatical y fonético, que permite establecer una clara diferenciación entre ambas denominaciones.-----

Que, del análisis conjunto y sucesivo de las marcas en pugna: DI/SO/GREL (solicitada) y DI/SOL/FLEM (oponente), se desprende la existencia de diferencias relevantes en los planos fonético y conceptual, las cuales resultan determinantes a los efectos de su correcta individualización en el mercado. En efecto, desde el punto de vista fonético, las denominaciones presentan estructuras silábicas claramente diferenciadas, con distinta cantidad de sílabas, acentuación y ritmo de pronunciación, lo que genera una sonoridad global disímil y fácilmente perceptible por el consumidor medio.-----





Resolución D.A.M.I. n.º 000481

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GUTIS LTDA CONTRA LABORATORIOS SAVAL S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA DISOGREL, CLASE 05.-----

Que, en el plano conceptual, ambas expresiones evocan ideas distintas, careciendo de un significado coincidente que pudiera inducir a una asociación directa o indirecta entre las mismas. Esta divergencia contribuye a reforzar su capacidad distintiva individual, evitando que el público consumidor establezca un vínculo erróneo respecto de su origen empresarial.-----

Que, en consecuencia, dichas diferencias sustanciales permiten descartar la existencia de riesgo de confusión o de asociación indebida, por lo que las marcas en cuestión resultan plenamente distinguibles y aptas para coexistir pacíficamente en el mercado, sin afectar los derechos del titular de la marca oponente.-----

Que, si bien se aprecia una cierta similitud fonética entre las marcas, dicha similitud no es lo suficientemente significativa como para inducir una confusión en el público consumidor.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, también es importante destacar la situación particular de los productos comprendidos en la clase 05, que abarca una amplia gama de productos, tales como farmacéuticos, médicos, veterinarios, y otros relacionados con la salud. Esta clase se caracteriza por su flexibilidad y amplitud, lo cual exige un análisis minucioso y detallado en cada solicitud de





Resolución D.A.M.I. n.º

000481

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GUTIS LTDA CONTRA LABORATORIOS SAVAL S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA DISOGREL, CLASE 05.

registro, con el fin de garantizar que este se ajuste a la evolución constante del sector médico y farmacéutico. Tal enfoque adaptable permite que la clasificación en esta clase refleje adecuadamente los avances y desarrollos que surgen en el ámbito de la salud, incorporando nuevos productos y tecnologías.

Que, al respecto, la doctrina más destacada sostiene que la posibilidad de confusión al momento de la compra es el criterio que marcariamente interesa, siendo relevante el primer impacto que se obtiene de una aprehensión espontánea y pre reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas.

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.L n.º **000481**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GUTIS LTDA CONTRA LABORATORIOS SAVAL S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA DISOGREL, CLASE 05.-----

Que, en virtud del análisis integral y comparativo efectuado entre las marcas DISOGREL y DISOLFLEM, y conforme a los principios rectores del derecho marcario, se concluye que, si bien ambas denominaciones comparten el prefijo "DISO", dicha coincidencia recae sobre un elemento de uso frecuente en la conformación de signos distintivos dentro del ámbito farmacéutico, lo que atenúa considerablemente su capacidad individualizadora y excluyente. En contrapartida, las diferencias existentes en las terminaciones "-GREL" y "-LFLEM" adquieren especial relevancia, tanto en el plano fonético como en el gráfico, generando una estructura sonora y visual claramente diferenciada, capaz de producir en el consumidor medio una impresión de conjunto distinta.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n.º 468 /24 emitido por la jefatura de Segunda Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS





Resolución D.A.M.L n. °

000481

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GUTIS LTDA CONTRA LABORATORIOS SAVAL S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA DISOGREL, CLASE 05.-----

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por GUTIS LTDA contra LABORATORIOS SAVAL S.A. sobre oposición al registro de la marca DISOGREL clase 05, Expediente n° 2157669 solicitada por LABORATORIOS SAVAL S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca DISOGREL clase 05, Expediente n° 2157669 solicitada por LABORATORIOS SAVAL S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADY ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º 000482

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA. CONTRA NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ALOHACO Y ETIQUETA" CLASE 38.

Asunción, 18 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA. contra NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS sobre oposición al registro de marca "ALOHACO Y ETIQUETA" clase 38, y;

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "ALOHACO Y ETIQUETA", solicitada para la clase 38, en base a la marca CHACOONLINE en la clase 38 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n. ° 000482

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA. CONTRA NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA “ALOHACO Y ETIQUETA” CLASE 38.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada “ALOHACO se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición CHACOONLINE, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.-----





Resolución D.A.M.I. n.° — 000482

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA. CONTRA NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA “ALOHACO Y ETIQUETA” CLASE 38.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso “i” del artículo 2 de la Ley n° 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: “No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo”.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n° 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que





Resolución D.A.M.L. n.º

000482

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA. CONTRA NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA “ALCHACO Y ETIQUETA” CLASE 38.

corresponde confirmar el Dictamen n.º 197/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por COOPERATIVA COLONIZADORA MULTIACTIVA FERNHEIM LTDA. contra NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS sobre oposición al registro de marca “ALCHACO Y ETIQUETA” clase 38, Expediente n.º 2465193 solicitada por NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca “ALCHACO Y ETIQUETA” clase 38, Expediente n.º 2465193 solicitada por NANCY MABEL MELGAREJO DE TOEWS.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



000483

Resolución D.A.M.I. n.º _____

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABLE NEWS NETWORK. INC CONTRA MOHSEN AHMAD YOUSSEF SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" CLASE 09.-----

Asunción, 18 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CABLE NEWS NETWORK. INC contra MOHSEN AHMAD YOUSSEF sobre oposición al registro de marca "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" clase 09, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA", solicitada para la clase 09, en base a la marca CNN en la clase 09 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia

¹ **Artículo 15°.**- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.º **000483**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABLE NEWS NETWORK. INC CONTRA MOHSEN AHMAD YOUSSEF SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" CLASE 09.

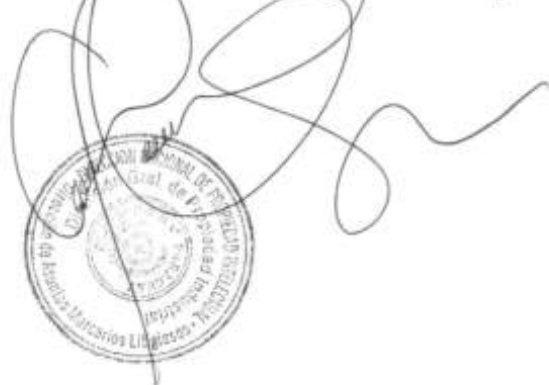
legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, en 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición CNN, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad





Resolución D.A.M.I. n.º ~~000~~ 483

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABLE NEWS NETWORK. INC CONTRA MOHSEN AHMAD YOUSSEF SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" CLASE 09.

de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n.º 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.





Resolución D.A.M.I. n.º **000483**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CABLE NEWS NETWORK. INC CONTRA MOHSEN AHMAD YOUSSEF SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" CLASE 09.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n.º 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que corresponde confirmar el Dictamen n.º 196/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por CABLE NEWS NETWORK. INC contra MOHSEN AHMAD YOUSSEF sobre oposición al registro de marca "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" clase 09, Expediente n.º 2530613 solicitada por MOHSEN AHMAD YOUSSEF.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "CN. CELL INTERNACIONAL REPUESTOS PARA CELULARES Y ETIQUETA" clase 09, Expediente n.º 2530613 solicitada por MOHSEN AHMAD YOUSSEF.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º **000484**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR PUIG FRANCE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FAME COSMÉTICOS" CLASE 03.-----

Asunción,

18 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: PUIG FRANCE contra PASTOR ROCHE GALEANO sobre oposición al registro de marca "FAME COSMETICOS" clase 03, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "FAME COSMÉTICOS", solicitada para la clase 03, en base a la marca FAME PACO RABANNE en la clase 03 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.º 000484

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR PUIG FRANCE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FAME COSMÉTICOS" CLASE 03.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "FAME COSMÉTICOS" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición FAME PACO RABANNE, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.-----





Resolución D.A.M.L. n.º

000484

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR PUIG FRANCE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FAME COSMÉTICOS" CLASE 03.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n.º 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n.º 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que





Resolución D.A.M.L. n.º

000484

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR PUIG FRANCE CONTRA PASTOR ROCHE GALEANO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FAME COSMÉTICOS" CLASE 03.

corresponde confirmar el Dictamen n.º 129/26, de la Jefatura de la Tercera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.

Por tanto,

**LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por PUIG FRANCE contra PASTOR ROCHE GALEANO sobre oposición al registro de marca "FAME COSMÉTICOS" clase 03, Expediente n.º 2517382 solicitada por PASTOR ROCHE GALEANO.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "FAME COSMÉTICOS" clase 03, Expediente n.º 2517382 solicitada por PASTOR ROCHE GALEANO.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIVI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º **000485**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR KARVIA DE BRASIL LTDA. CONTRA UNICERA PARAGUAYA S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "MC PASTA ALTO BRILLO" CLASE 03.

Asunción,

VISTO:

19 MAY 2026

El expediente caratulado: KARVIA DE BRASIL LTDA. contra UNICERA PARAGUAYA S.R.L. sobre oposición al registro de marca "MC PASTA ALTO BRILLO" clase 03, y;

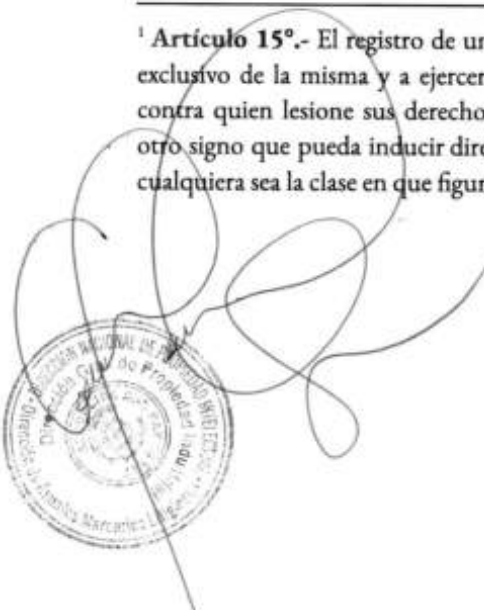
CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "MC PASTA ALTO BRILLO", solicitada para la clase 03, en base a la marca BRILHO FACIL EXPORT Y OTRAS en la clase 03 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n.° 000485

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR KARVIA DE BRASIL LTDA. CONTRA UNICERA PARAGUAYA S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "MC PASTA ALTO BRILLO" CLASE 03.

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas. -----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "MC PASTA ALTO BRILLO" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición BRILHO FACIL EXPORT Y OTRAS , se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual. -----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal. -----



Resolución D.A.M.I. n.º**000485**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR KARVIA DE BRASIL LTDA. CONTRA UNICERA PARAGUAYA S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA “MC PASTA ALTO BRILLO” CLASE 03.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso “i” del artículo 2 de la Ley n° 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *“No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo”*.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n° 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que





Resolución D.A.M.I. n.º **000485**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR KARVIA DE BRASIL LTDA. CONTRA UNICERA PARAGUAYA S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "MC PASTA ALTO BRILLO" CLASE 03.

corresponde confirmar el Dictamen n.º 204/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.

Por tanto,

LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por KARVIA DE BRASIL LTDA. contra UNICERA PARAGUAYA S.R.L. sobre oposición al registro de marca "MC PASTA ALTO BRILLO" clase 03, Expediente n.º 1128509 solicitada por UNICERA PARAGUAYA S.R.L.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "MC PASTA ALTO BRILLO" clase 03, Expediente n.º 1128509 solicitada por UNICERA PARAGUAYA S.R.L.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º

000486

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR ADIDAS INTERNATIONAL MARKETING BV Y ALPARGATAS S.A. CONTRA ENMANUEL NUÑEZ FRETES SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "HAWAI Y ETIQUETA" CLASE 25.-----

Asunción,

19 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: ADIDAS INTERNATIONAL MARKETING BV Y ALPARGATAS S.A. contra ENMANUEL NUÑEZ FRETES sobre oposición al registro de marca "HAWAI Y ETIQUETA" clase 25, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "HAWAI Y ETIQUETA", solicitada para la clase 25, en base a las marcas MARCA FIGURATIVA y HAVAIAANAS en la clase 25 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.º **000486**

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR ADIDAS INTERNATIONAL MARKETING BV Y ALPARGATAS S.A. CONTRA ENMANUEL NUÑEZ FRETES SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "HAWAI Y ETIQUETA" CLASE 25.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "HAWAI" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con las marcas base de oposiciones MARCA FIGURATIVA y HAVAIANAS, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.-----





Resolución D.A.M.I. n.º

000486

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR ADIDAS INTERNATIONAL MARKETING BV Y ALPARGATAS S.A. CONTRA ENMANUEL NUÑEZ FRETES SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "HAWAI Y ETIQUETA" CLASE 25.

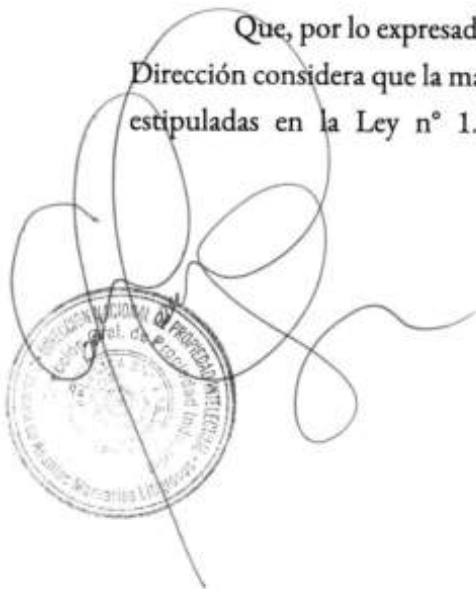
Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n.º 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n.º 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que



Resolución D.A.M.L n.º**000486**

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR ADIDAS INTERNATIONAL MARKETING BV Y ALPARGATAS S.A. CONTRA ENMANUEL NÚÑEZ FRETES SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "HAWAI Y ETIQUETA" CLASE 25.-----

corresponde confirmar el Dictamen n.º 198/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a las oposiciones deducidas por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

**LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR procedentes y hacer lugar a las acciones deducidas por ADIDAS INTERNATIONAL MARKETING BV Y ALPARGATAS S.A. contra ENMANUEL NÚÑEZ FRETES sobre oposición al registro de marca "HAWAI Y ETIQUETA" clase 25, Expediente n.º 2475305 solicitada por ENMANUEL NÚÑEZ FRETES.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "HAWAI Y ETIQUETA" clase 25, Expediente n.º 2475305 solicitada por ENMANUEL NÚÑEZ FRETES.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º

000487

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR FRUTIKA S.R.L. CONTRA MOISES BRAVO REGATO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA" CLASE 29.

Asunción, 19 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: FRUTIKA S.R.L. contra MOISÉS BRAVO REGATO sobre oposición al registro de marca "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA" clase 29, y;

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA", solicitada para la clase 29, en base a la marca FRUTIKA en la clase 29 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.° 000487

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR FRUTIKA S.R.L. CONTRA MOISES BRAVO REGATO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA" CLASE 29.-----

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "FRUKT BRAVR" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición FRUTIKA, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.-----





Resolución D.A.M.I. n.° 000487

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR FRUTIKA S.R.L. CONTRA MOISES BRAVO REGATO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA" CLASE 29.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n° 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n° 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que





Resolución D.A.M.I. n.º 000487

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR FRUTIKA S.R.L. CONTRA MOISES BRAVO REGATO SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA" CLASE 29.-----

corresponde confirmar el Dictamen n.º 148/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

**LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por FRUTIKA S.R.L. contra MOISÉS BRAVO REGATO sobre oposición al registro de marca "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA" clase 29, Expediente n.º 2167629 solicitada por MOISÉS BRAVO REGATO.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "FRUKT BRAVR Y ETIQUETA" clase 29, Expediente n.º 2167629 solicitada por MOISÉS BRAVO REGATO-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.° 000488

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERCONECTAL GREAT BRANDS LLC CONTRA MIRLE MAR NUÑEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "GUMMY YUMMY" CLASE 29.

Asunción, 19 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: INTERCONECTAL GREAT BRANDS LLC contra MIRLE MAR NUÑEZ sobre oposición al registro de marca "GUMMY YUMMY" clase 29, y;

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "GUMMY YUMMY", solicitada para la clase 29, en base a la marca GUMMY YUMMY en la clase 30 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.**- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.° 000488

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERCONECTAL GREAT BRANDS LLC CONTRA MIRLE MAR NUÑEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "GUMMY YUMMY" CLASE 29.

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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas. -----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "GUMMY YUMMY" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición GUMMY YUMMY, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual. -----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal. -----





Resolución D.A.M.I. n.º 000488

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERCONECTAL GREAT BRANDS LLC CONTRA MIRLE MAR NUÑEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "GUMMY YUMMY" CLASE 29.-----

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.-----

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n° 1.294/98 De Marcas.-----

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.-----

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.-----

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n° 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que





Resolución D.A.M.I. n.º 000488

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERCONECTAL GREAT BRANDS LLC CONTRA MIRLE MAR NUÑEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "GUMMY YUMMY" CLASE 29.-----

corresponde confirmar el Dictamen n.º 160/26, de la Jefatura de la Tercera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por INTERCONECTAL GREAT BRANDS LLC contra MIRLE MAR NUÑEZ sobre oposición al registro de marca "GUMMY YUMMY" clase 29, Expediente n.º 2313372 solicitada por MIRLE MAR NUÑEZ.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "GUMMY YUMMY" clase 29, Expediente n.º 2313372 solicitada por MIRLE MAR NUÑEZ.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º

000489

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MAS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 35.

Asunción, 19 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 35, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA solicitada para la clase 35, en base a la marca CREDISIMPLE en la clase 36, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n.° 000489

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MAS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 35.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA y la marca CREDISIMPLE oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como





Resolución D.A.M.L n.° **000489**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MAS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 35.-----

conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, efectuando un análisis integral y sucesivo de las marcas en controversia, se advierte que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE y la marca oponente CREDISIMPLE presentan diferencias relevantes en los planos gráfico, fonético y conceptual, suficientes para descartar riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, la marca solicitada se encuentra conformada por el elemento principal "BANCARD", acompañado del slogan "TU VIDA MÁS SIMPLE", otorgándole una estructura extensa, compuesta y claramente diferenciada, mientras que la marca oponente se limita a la denominación única "CREDISIMPLE". Asimismo, el término "SIMPLE" constituye un vocablo de uso común y de escasa fuerza distintiva dentro del ámbito comercial y financiero, utilizado frecuentemente para transmitir ideas de facilidad, practicidad o accesibilidad en los servicios ofrecidos, razón por la cual no puede concederse exclusividad absoluta sobre dicho término aislado. En consecuencia, son los elementos distintivos "BANCARD" y "CREDI" los que captan principalmente la atención del consumidor, generando impresiones globales claramente distintas tanto en su pronunciación como en su percepción conceptual, permitiendo la coexistencia pacífica de ambas marcas en el mercado sin inducir a error respecto de su origen empresarial.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaría al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----



Resolución D.A.M.L n.º **000489**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MAS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 35.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, al profundizar en las diferencias entre BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, también cabe señalar que, no solo se analiza el plano gramatical sino también el visual, podemos notar que, la solicitud de registro cuenta con una etiqueta que lo identifica, siendo de esta manera claramente distinguible con la del oponente, por ende, inconfundibles. Por lo tanto la demanda deviene improcedente.-----

*Solicitada**Oponente*

Resolución D.A.M.I. n.° ~~000~~ 489

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MAS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 35.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”, y que... para la comparación de dos marcas en conflicto “ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.



Resolución D.A.M.L. n.º

000489

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MAS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 35.-----

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 110/25 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 35, Expediente n° 2337403 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 35, Expediente n° 2337403 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----

**ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ**

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.º 000490

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 36.

Asunción, 19 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 36, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA solicitada para la clase 36, en base a la marca CREDISIMPLE en la clase 36, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.I. n.° 000490

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA y la marca CREDISIMPLE oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como



Resolución D.A.M.I. n.º **000490**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, efectuando un análisis integral y sucesivo de las marcas en controversia, se advierte que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE y la marca oponente CREDISIMPLE presentan diferencias relevantes en los planos gráfico, fonético y conceptual, suficientes para descartar riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, la marca solicitada se encuentra conformada por el elemento principal "BANCARD", acompañado del slogan "TU VIDA MÁS SIMPLE", otorgándole una estructura extensa, compuesta y claramente diferenciada, mientras que la marca oponente se limita a la denominación única "CREDISIMPLE". Asimismo, el término "SIMPLE" constituye un vocablo de uso común y de escasa fuerza distintiva dentro del ámbito comercial y financiero, utilizado frecuentemente para transmitir ideas de facilidad, practicidad o accesibilidad en los servicios ofrecidos, razón por la cual no puede concederse exclusividad absoluta sobre dicho término aislado. En consecuencia, son los elementos distintivos "BANCARD" y "CREDI" los que captan principalmente la atención del consumidor, generando impresiones globales claramente distintas tanto en su pronunciación como en su percepción conceptual, permitiendo la coexistencia pacífica de ambas marcas en el mercado sin inducir a error respecto de su origen empresarial.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----





Resolución D.A.M.I. n.°

000490

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, al profundizar en las diferencias entre BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, también cabe señalar que, no solo se analiza el plano gramatical sino también el visual, podemos notar que, la solicitud de registro cuenta con una etiqueta que lo identifica, siendo de esta manera claramente distinguible con la del oponente, por ende, inconfundibles. Por lo tanto la demanda deviene improcedente.-----



Solicitada



Oponente





Resolución D.A.M.I. n.° ~~000~~ 490

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”, y que... para la comparación de dos marcas en conflicto “ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².-----

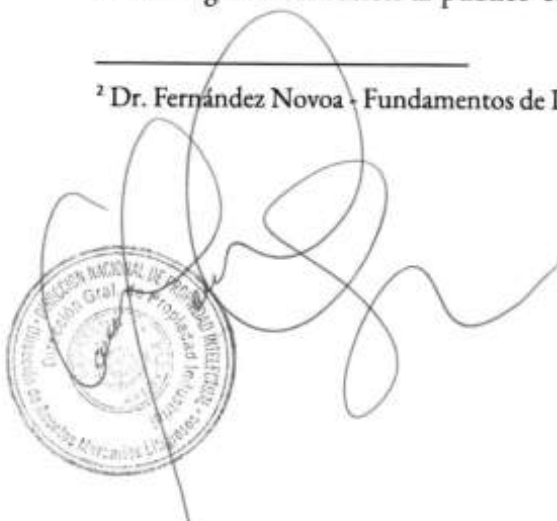
Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.L. n.º

000490

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 112/25 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 36, Expediente n° 2337404 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 36, Expediente n° 2337404 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.° **000491**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 09.

Asunción, 19 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 09, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA solicitada para la clase 09, en base a la marca CREDISIMPLE en la clase 36, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.º

000491

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 09.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA y la marca CREDISIMPLE oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como



Resolución D.A.M.I. n.º 000491

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 09.-----

conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, efectuando un análisis integral y sucesivo de las marcas en controversia, se advierte que la marca solicitada BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE y la marca oponente CREDISIMPLE presentan diferencias relevantes en los planos gráfico, fonético y conceptual, suficientes para descartar riesgo de confusión o asociación indebida en el público consumidor. En efecto, la marca solicitada se encuentra conformada por el elemento principal "BANCARD", acompañado del slogan "TU VIDA MÁS SIMPLE", otorgándole una estructura extensa, compuesta y claramente diferenciada, mientras que la marca oponente se limita a la denominación única "CREDISIMPLE". Asimismo, el término "SIMPLE" constituye un vocablo de uso común y de escasa fuerza distintiva dentro del ámbito comercial y financiero, utilizado frecuentemente para transmitir ideas de facilidad, practicidad o accesibilidad en los servicios ofrecidos, razón por la cual no puede concederse exclusividad absoluta sobre dicho término aislado. En consecuencia, son los elementos distintivos "BANCARD" y "CREDI" los que captan principalmente la atención del consumidor, generando impresiones globales claramente distintas tanto en su pronunciación como en su percepción conceptual, permitiendo la coexistencia pacífica de ambas marcas en el mercado sin inducir a error respecto de su origen empresarial.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----





Resolución D.A.M.I. n.° 000491

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 09.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, al profundizar en las diferencias entre BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) y ETIQUETA (solicitada) vs. CREDISIMPLE (oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, también cabe señalar que, no solo se analiza el plano gramatical sino también el visual, podemos notar que, la solicitud de registro cuenta con una etiqueta que lo identifica, siendo de esta manera claramente distinguible con la del oponente, por ende, inconfundibles. Por lo tanto la demanda deviene improcedente.-----



Solicitada



Oponente





Resolución D.A.M.I. n.º **000491**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 09.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.L. n.º

000491

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR VIP GROUP S.A. CONTRA BANCARD S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, CLASE 09.-----

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 113/25 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VIP GROUP S.A. contra BANCARD S.A. sobre oposición al registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 09, Expediente n° 2337400 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BANCARD TU VIDA MÁS SIMPLE (SLOGAN) Y ETIQUETA, clase 09, Expediente n° 2337400 solicitada por BANCARD S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º 000492

POR LA CUAL SE HACE LUGAR AL RECURSO DE ACLARATORIA EN LA RESOLUCIÓN N° 187 DE FECHA 13 DE MARZO DE 2026 EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA “ATW ASUNCIÓN TECH WEEK Y ETIQUETA”, CLASE 41, EXPEDIENTE N° 2469505.-----

Asunción,

19 MAY 2026

VISTO:

El Recurso de Aclaratoria Acta n° 2639976 presentado en fecha 06 de mayo de 2026, por el representante convencional de la firma LAN VENTURES E.A.S. y;-----

RESULTA:

Que, el Art. 387 del Código Procesal Civil establece: *“Objeto de la aclaratoria. Las partes podrán, sin embargo, pedir aclaratoria de la resolución al mismo juez o tribunal que la hubiere dictado, con el objeto de que: a) corrija cualquier error material; b) aclare alguna expresión oscura, sin alterar lo sustancial de la decisión; y c) supla cualquier omisión en que hubiere incurrido sobre algunas de las pretensiones deducidas y discutidas en el litigio. En ningún caso se alterará lo sustancial de la decisión.”* --

CONSIDERANDO :

Que, respecto al recurso de aclaratoria, la Dra. Ferreira Armele en su obra Nuevas tendencias jurisprudenciales de la Corte Suprema de Justicia del Paraguay en materia de Recursos de Nulidad, Apelación, Reposición y Aclaratoria expresa: *“nuestro código de forma, al prever este recurso o remedio procesal para la corrección de errores materiales, aclaración de conceptos oscuros, así como para suplir las cuestiones omitidas por el órgano juzgador, a fin de que el mismo las rectifique, aclare o supla en su caso. Asimismo, como todo recurso, la aclaratoria debe tener como fundamento la existencia de un agravio. El agravio a ser reparado podría ser: el concepto oscuro, el error material, o bien la omisión incurrida. Sin embargo, y como también establece nuestro código de manera expresa, su corrección no debe alterar lo sustancial de la resolución, ni ser susceptible de generar un perjuicio, que podría consistir en una dificultad o imposibilidad de cumplimiento de lo resuelto. En cuanto a la finalidad del Recurso de Aclaratoria, opina De Santo, como la mayoría de la doctrina a la cual adherimos, que el recurso de aclaratoria tiene*





Resolución D.A.M.L n.º 000492

POR LA CUAL SE HACE LUGAR AL RECURSO DE ACLARATORIA EN LA RESOLUCIÓN N° 187 DE FECHA 13 DE MARZO DE 2026 EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA “ATW ASUNCIÓN TECH WEEK Y ETIQUETA”, CLASE 41, EXPEDIENTE N° 2469505.-----

por finalidad subsanar defectos de la resolución, evitando el alargamiento injustificado del proceso (principio de celeridad)”¹.-----

Que, por un error material e involuntario, en la Resolución n° 187/2026, específicamente en el considerando, se consignó erróneamente la clase “341”, debiendo decir correctamente la clase “41”. Asimismo, en la parte resolutive, específicamente en el Artículo 2°, se consignó el Acta n° 24695051, cuando lo correcto es Acta N° 2469505. En consecuencia, corresponde rectificar dichos errores materiales a fin de adecuar la resolución a los antecedentes obrantes en autos. Por tanto, y conforme a los fundamentos de hecho y derecho expuestos, la presente aclaratoria resulta procedente.--

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- HACER LUGAR al recurso de aclaratoria planteado contra la Resolución n° 187 de fecha 13 de marzo de 2026 dictada por la Dirección Asuntos Marcarios Litigiosos.-----

Artículo 2.- RECTIFICAR la Resolución referida en la parte donde se consignó la clase “341”, debiendo ser correctamente clase “41”; asimismo, donde se mencionó el Acta N° 24695051, debiendo ser correctamente Acta N° 2469505.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE, por cédula.-----



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

¹ FERREIRA, Andrea. Nuevas tendencias jurisprudenciales de la Corte Suprema de Justicia del Paraguay en materia de Recursos de Nulidad, Apelación, Reposición y Aclaratoria. Pág. 56.



Resolución D.A.M.L n.° **000493**

POR LA CUAL SE HACE LUGAR AL RECURSO DE ACLARATORIA EN LA RESOLUCIÓN N° 321 DE FECHA 16 DE ABRIL DE 2026 EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA "TRES CERROS Y ETIQUETA", CLASE 30, EXPEDIENTE N° 2021987

Asunción, **19 MAY 2026**

VISTO:

El Recurso de Aclaratoria Acta N° 2637862 presentado en fecha 29 de abril de 2026, por el representante convencional de la firma CAFÉ TRES CORACOE S.A. y;

RESULTA:

Que, el Art. 387 del Código Procesal Civil establece: *"Objeto de la aclaratoria. Las partes podrán, sin embargo, pedir aclaratoria de la resolución al mismo juez o tribunal que la hubiere dictado, con el objeto de que: a) corrija cualquier error material; b) aclare alguna expresión oscura, sin alterar lo sustancial de la decisión; y c) supla cualquier omisión en que hubiere incurrido sobre algunas de las pretensiones deducidas y discutidas en el litigio. En ningún caso se alterará lo sustancial de la decisión."*

CONSIDERANDO :

Que, respecto al recurso de aclaratoria, la Dra. Ferreira Armele en su obra Nuevas tendencias jurisprudenciales de la Corte Suprema de Justicia del Paraguay en materia de Recursos de Nulidad, Apelación, Reposición y Aclaratoria expresa: *"nuestro código de forma, al prever este recurso o remedio procesal para la corrección de errores materiales, aclaración de conceptos oscuros, así como para suplir las cuestiones omitidas por el órgano juzgador, a fin de que el mismo las rectifique, aclare o supla en su caso. Asimismo, como todo recurso, la aclaratoria debe tener como fundamento la existencia de un agravio. El agravio a ser reparado podría ser: el concepto oscuro, el error material, o bien la omisión incurrida. Sin embargo, y como también establece nuestro código de manera expresa, su corrección no debe alterar lo sustancial de la resolución, ni ser susceptible de generar un perjuicio, que podría consistir en una dificultad o imposibilidad de cumplimiento de lo resuelto. En cuanto a la finalidad del Recurso de Aclaratoria, opina De Santo, como la mayoría de la doctrina a la cual adberimos, que el recurso de aclaratoria tiene*



Resolución D.A.M.I. n.º **000493**

POR LA CUAL SE HACE LUGAR AL RECURSO DE ACLARATORIA EN LA RESOLUCIÓN N° 321 DE FECHA 16 DE ABRIL DE 2026 EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA “TRES CERROS Y ETIQUETA”, CLASE 30, EXPEDIENTE N° 2021987-----

por finalidad subsanar defectos de la resolución, evitando el alargamiento injustificado del proceso (principio de celeridad)”¹.-----

Que, por un error material e involuntario, en la Resolución n° 321/2026 se consignó como parte oponente a la firma PROCESOS INDUSTRIALES S.A.C.E.I., cuando en realidad dicha marca ya cuenta con resolución de caducidad, motivo por el cual no correspondía efectuar análisis alguno respecto de la misma. En consecuencia, corresponde aclarar que la firma oponente objeto de análisis en autos es CAFÉ TRES CORACOS S.A., siendo esta la parte legitimada y sujeta al estudio realizado en la mencionada resolución. Por tanto, y conforme a los fundamentos de hecho y derecho expuestos, la presente aclaratoria resulta procedente.-----

Que, siendo procedente la solicitud de aclaratoria, corresponde dejar debidamente establecido que la Resolución n° 321/2026 queda firme en los siguientes términos: “POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CAFÉ TRES CORACOS S/A CONTRA MARIELEN JULIETA VALLEJOS PEREIRA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ‘TRES CERROS Y ETIQUETA’, CLASE 30”.-----

Que, asimismo, corresponde aclarar que la marca oponente objeto de análisis corresponde a la denominación “TRES”, clase 30, y no a la marca “ENTRE CERROS”, clase 30, atendiendo a que esta última cuenta con resolución de caducidad, careciendo en consecuencia de vigencia jurídica para sustentar la oposición planteada.-----

Que, por lo tanto, corresponde aclarar y ratificar que la Resolución n° 321 de fecha 16 de abril de 2026 queda redactada correctamente de la siguiente manera: “POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CAFÉ TRES CORACOS S/A CONTRA MARIELEN JULIETA VALLEJOS PEREIRA SOBRE

¹ FERREIRA, Andrea. Nuevas tendencias jurisprudenciales de la Corte Suprema de Justicia del Paraguay en materia de Recursos de Nulidad, Apelación, Reposición y Aclaratoria. Pág. 56.





Resolución D.A.M.L n.º 000493

POR LA CUAL SE HACE LUGAR AL RECURSO DE ACLARATORIA EN LA RESOLUCIÓN N° 321 DE FECHA 16 DE ABRIL DE 2026 EN EL EXPEDIENTE DE SOLICITUD DE REGISTRO DE LA MARCA “TRES CERROS Y ETIQUETA”, CLASE 30, EXPEDIENTE N° 2021987-----

OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ‘TRES CERROS Y ETIQUETA’, CLASE 30”

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- HACER LUGAR al recurso de aclaratoria planteado contra la Resolución n° 321 de fecha 16 de abril de 2026, dictada por la Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos.-----

Artículo 2.- RECTIFICAR y ACLARAR la Resolución referida en la parte donde se consignó: “POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR PROCESOS INDUSTRIALES S.A.C.E.I.”, debiendo quedar redactada de la siguiente manera: “POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CAFE TRES CORACOE S/A.” Asimismo, aclarar que la marca oponente objeto de análisis corresponde a la denominación “TRES”, clase 30, y no a la marca “ENTRE CERROS”, clase 30, atendiendo a que esta última cuenta con resolución de caducidad.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE, por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.°

000494

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 05.

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL contra SYNGENTA CROP PROTECTION AG sobre oposición al registro de la marca, ARTRISIA, clase 05, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca ARTRISIA solicitada para la clase 05, en base a la marca ARTYS en la clase 05, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n. ° 000494

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 05.-----

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 precautar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca.-----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada ARTRISIA y la marca oponente ARTYS gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: ARTRISIA (solicitada) vs. ARTYS (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual





Resolución D.A.M.L. n.°

000494

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 05.-----

posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, aunque se observa que existe una cierta similitud entre las marcas, en términos fonéticos, esta similitud no alcanza un nivel que pueda generar confusión en el público consumidor.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas.-----

Que, en efecto, si bien es cierto ambas comparten algunas letras en común, también es cierto que ese hecho no puede inducir al consumidor a error o confusión, y en ningún momento podrán acarrear inconvenientes al público interesado puesto que tanto la solicitud acompaña al elemento común otro vocablo con lo cual ayuda a acentuar la fuerza diferenciadora de modo suficiente como para el conjunto absorba la parte común con la marca registrada.-----

Que, al profundizar en las diferencias entre ARTRISIA (solicitada) vs. ARTYS(oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. La doctrina y la jurisprudencia marcara enseñan que el análisis de marcas debe hacerse en su totalidad, evaluando el impacto conjunto que generan en los consumidores, y no a partir de



Resolución D.A.M.I. n.º **000494**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 05.-----

elementos aislados. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, Jorge Otamendi señala que: *"La confusión de marcas debe analizarse en función del impacto general que la denominación produce en el consumidor medio. Es crucial considerar la totalidad de los signos, sin detenerse en elementos aislados, ya que los prefijos o sufijos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo una raíz común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales."*-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas ARTRISIA vs. ARTYS no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n.º 446/24 emitido por la





Resolución D.A.M.L. n.º

000494

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 05.-----

jefatura de Segunda Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL contra SYNGENTA CROP PROTECTION AG sobre oposición al registro de la marca ARTRISIA, clase 05, Expediente n° 2282855 solicitada por SYNGENTA CROP PROTECTION AG.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca ARTRISIA, clase 05, Expediente n° 2282855 solicitada por SYNGENTA CROP PROTECTION AG.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º

000495

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 01.-----

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL contra SYNGENTA CROP PROTECTION AG sobre oposición al registro de la marca, ARTRISIA, clase 01, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca ARTRISIA solicitada para la clase 01, en base a la marca ARTYS en la clase 01, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n.° **000495**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 01.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada ARTRISIA y la marca oponente ARTYS gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: ARTRISIA (solicitada) vs. ARTYS (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y



Resolución D.A.M.L n.º 000495

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 01.-----

efectiva tanto a nivel auditivo como conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaría al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, aunque se observa que existe una cierta similitud entre las marcas, en términos fonéticos, esta similitud no alcanza un nivel que pueda generar confusión en el público consumidor.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas.-----

Que, en efecto, si bien es cierto ambas comparten algunas letras en común, también es cierto que ese hecho no puede inducir al consumidor a error o confusión, y en ningún momento podrán acarrear inconvenientes al público interesado puesto que tanto la solicitud acompaña al elemento común otro vocablo con lo cual ayuda a acentuar la fuerza diferenciadora de modo suficiente como para el conjunto absorba la parte común con la marca registrada.-----





Resolución D.A.M.L n.° 000495

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 01.-----

Que, al profundizar en las diferencias entre ARTRISIA (solicitada) vs. ARTYS(oponente), se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. La doctrina y la jurisprudencia marcaria enseñan que el análisis de marcas debe hacerse en su totalidad, evaluando el impacto conjunto que generan en los consumidores, y no a partir de elementos aislados. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, Jorge Otamendi señala que: *"La confusión de marcas debe analizarse en función del impacto general que la denominación produce en el consumidor medio. Es crucial considerar la totalidad de los signos, sin detenerse en elementos aislados, ya que los prefijos o sufijos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo una raíz común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales."*-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas ARTRISIA vs. ARTYS no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----





Resolución D.A.M.L n.° **000495**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL CONTRA SYNGENTA CROP PROTECTION AG SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "ARTRISIA", CLASE 01.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 445/24 emitido por la jefatura de Segunda Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por ARYSTA LIFESCIENCE PARAGUAY SRL contra SYNGENTA CROP PROTECTION AG sobre oposición al registro de la marca ARTRISIA, clase 01, Expediente n° 2282848 solicitada por SYNGENTA CROP PROTECTION AG.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca ARTRISIA, clase 01, Expediente n° 2282848 solicitada por SYNGENTA CROP PROTECTION AG.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º **000496**

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR KHAIRAT AL MINAFIE CO FOR TRANSPORT AND GENERAL TRADING LTD. Y BR INTERNATIONAL HOLDINGS INC. CONTRA TABACALERA HERNANDARIAS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "BUSSINES ROYAL" CLASE 34.-----

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: KHAIRAT AL MINAFIE CO FOR TRANSPORT AND GENERAL TRADING LTD. Y BR INTERNATIONAL HOLDINGS INC. contra TABACALERA HERNANDARIAS S.A. sobre oposiciones al registro de marca "BUSSINES ROYAL" clase 34, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "BUSSINES ROYAL", solicitada para la clase 34, en base a las marcas BUSINESS ROYALS y BUSINESS ROYALS, en la clase 34 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general. -----

¹ Artículo 15º.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n.º **000496**

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR KHAIRAT AL MINAFIE CO FOR TRANSPORT AND GENERAL TRADING LTD. Y BR INTERNATIONAL HOLDINGS INC. CONTRA TABACALERA HERNANDARIAS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "BUSSINES ROYAL" CLASE 34.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "BUSSINES ROYAL" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con las marcas base de oposiciones BUSINESS ROYALS y BUSINESS ROYALS, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia





Resolución D.A.M.I. n.º 000496

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR KHAIRAT AL MINAFIE CO FOR TRANSPORT AND GENERAL TRADING LTD. Y BR INTERNATIONAL HOLDINGS INC. CONTRA TABACALERA HERNANDARIAS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "BUSSINES ROYAL" CLASE 34.

un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n.º 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.





Resolución D.A.M.L n.º

000496

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR KHAIRAT AL MINAFIE CO FOR TRANSPORT AND GENERAL TRADING LTD. Y BR INTERNATIONAL HOLDINGS INC. CONTRA TABACALERA HERNANDARIAS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "BUSSINES ROYAL" CLASE 34.-----

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n.º 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que corresponde confirmar el Dictamen n.º 177/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a las oposiciones deducidas por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a las acciones deducidas por KHAIRAT AL MINAFIE CO FOR TRANSPORT AND GENERAL TRADING LTD. Y BR INTERNATIONAL HOLDINGS INC. contra TABACALERA HERNANDARIAS S.A. sobre oposiciones al registro de marca "BUSSINES ROYAL" clase 34, Expediente n.º 2032867 solicitada por TABACALERA HERNANDARIAS S.A.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "BUSSINES ROYAL" clase 34, Expediente n.º 2032867 solicitada por TABACALERA HERNANDARIAS S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFIQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.° 000497

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR LABORATORIOS ALMOS S.A. Y PHARMANEST S.A. CONTRA H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "AZITRODENT" CLASE 05.

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: LABORATORIOS ALMOS S.A. Y PHARMANEST S.A. contra H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA sobre oposiciones al registro de marca "AZITRODENT" clase 05, y;

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca "AZITRODENT", solicitada para la clase 05, en base a las marcas AZITROPEN y AZITRONEST en la clase 05 respectivamente, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

¹ Artículo 15°.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.I. n.º **000497**

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR LABORATORIOS ALMOS S.A. Y PHARMANEST S.A. CONTRA H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "AZITRODENT" CLASE 05.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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 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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada "AZITRODENT" se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con las marcas base de oposiciones AZITROPEN y AZITRONEST, se percibe que entre las mismas existen elementos que las hacen prácticamente idénticas en los planos fonético, visual y conceptual.-----

Que, resulta evidente la identidad, por tanto esta Dirección considera que la marca solicitada no reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como la fuerza distintiva, novedad, especialidad y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca. -----

Que, adicionalmente, el solicitante no contestó el traslado de la oposición dentro del plazo legal estipulado, lo que derivó en la declaración de su rebeldía, conforme a lo establecido en el Art. 68 y 69 del CPC. La rebeldía en este contexto implica que, al no haber ejercido su derecho de defensa en tiempo y forma, el solicitante no desvirtuó los argumentos planteados en la oposición. Esto refuerza la legitimidad del derecho invocado por la parte oponente y evidencia





Resolución D.A.M.I. n.º

000497

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR LABORATORIOS ALMOS S.A. Y PHARMANEST S.A. CONTRA H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "AZITRODENT" CLASE 05.

un desinterés del solicitante en proseguir con el trámite, permitiendo que se presuma la veracidad de los hechos alegados por la parte contraria, tal como lo dispone la normativa procesal.

Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.

Que, por las semejanzas mencionadas, esta Dirección considera que existirá el riesgo de asociación/confusión de marcas. La denominación solicitada no reúne los requisitos que la hacen un signo registrable y se halla incurso en la causal prohibitiva de registro estipulada en el inciso "i" del artículo 2 de la Ley n.º 1.294/98 De Marcas.

Que, en consecuencia, y conforme a lo previsto en la normativa vigente, se procede a resolver el presente expediente con base en los elementos disponibles, presumiendo la falta de interés en sustentar la oposición.

Que, en tal contexto queda comprobado que la solicitud presentada se halla incurso en la prohibiciones establecidas en el Art. 2 inc. (g) de la Ley de Marcas que establece: *"No podrá registrarse como marcas los signos que constituyan una reproducción imitación, traducción, transliteración o transcripción total o parcial de signos distintivo idénticos o similar, notoriamente conocido en el sector pertinente del público, que pertenece a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso y registro fuesen susceptibles de causar confusión o un riesgo de asociación con ese tercero, o signifique un aprovechamiento de la notoriedad del signo o la dilución de su fuerza distintiva, cualquiera sea la manera o medio por el cual se hubiese hecho conocido el signo"*.





Resolución D.A.M.L. n.º

000497

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR LABORATORIOS ALMOS S.A. Y PHARMANEST S.A. CONTRA H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA "AZITRODENT" CLASE 05.

Que, por lo expresado y de conformidad al ordenamiento jurídico marcario vigente, esta Dirección considera que la marca solicitada se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en la Ley n.º 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que corresponde confirmar el Dictamen n.º 192/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a las oposiciones deducidas por corresponder así en derecho.

Por tanto,

**LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a las acciones deducidas por LABORATORIOS ALMOS S.A. Y PHARMANEST S.A. contra H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA sobre oposiciones al registro de marca "AZITRODENT" clase 05, Expediente n.º 2253547 solicitada por H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "AZITRODENT" clase 05, Expediente n.º 2253547 solicitada por H. PAR SOCIEDAD ANONIMA, COMERCIAL INDUSTRIAL, AGROPECUARIA E INMOBILIARIA.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º

000498

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR HEISECKE & CIA S.A.C.I. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NIMAB, CLASE 05.-----

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: HEISECKE & CIA S.A.C.I. contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de la marca NIMAB, clase 05, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca NIMAB solicitada para la clase 05, en base a la marca NOMIN en la clase 05, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.-----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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.-----

¹ **Artículo 15°.** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.

Resolución D.A.M.I. n.° **000498**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR HEISECKE & CIA S.A.C.I. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NIMAB, CLASE 05.-----

Que, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada NIMAB y la marca NOMIN oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: NI/MAB (solicitada) vs. NO/MIN (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual





Resolución D.A.M.I. n.º 000498

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR HEISECKE & CIA S.A.C.I. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NIMAB, CLASE 05.-----

posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas.-----

Que, del análisis comparativo entre las denominaciones “NIMAB” y “NOMIN”, se advierte que, si bien ambas comparten una estructura breve y de pronunciación ágil, presentan diferencias relevantes que inciden en su percepción global. En efecto, la marca “NIMAB” se caracteriza por una construcción cerrada que finaliza en la consonante B, generando una sonoridad más abrupta y concluyente, mientras que “NOMIN” culmina en N, otorgando una terminación nasal más suave y abierta. Asimismo, en su parte inicial se aprecia una diferencia determinante, ya que “NIMAB” introduce la vocal I como núcleo sonoro principal, en tanto que “NOMIN” incorpora la vocal O y una secuencia MI en posición final, lo que modifica sustancialmente su ritmo y cadencia. En tal sentido, apreciadas en su conjunto y no de manera aislada, dichas divergencias resultan suficientes para descartar la existencia de riesgo de confusión o asociación en el consumidor medio.-----

Que, al profundizar en las diferencias entre las mismas, se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas,





Resolución D.A.M.I. n.º **000498**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR HEISECKE & CIA S.A.C.I. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NIMAB, CLASE 05.-----

ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”, y que... para la comparación de dos marcas en conflicto “ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”².*-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, también es importante destacar la situación particular de los productos comprendidos en la clase 05, que abarca una amplia gama de productos, tales como farmacéuticos, médicos, veterinarios, y otros relacionados con la salud. Esta clase se caracteriza por su flexibilidad y amplitud, lo cual exige un análisis minucioso y detallado en cada solicitud de registro, con el fin de garantizar que este se ajuste a la evolución constante del sector médico y farmacéutico. Tal enfoque adaptable permite que la clasificación en esta clase refleje adecuadamente los avances y desarrollos que surgen en el ámbito de la salud, incorporando nuevos productos y tecnologías.-----

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.I. n.º

000498

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR HEISECKE & CIA S.A.C.I. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NIMAB, CLASE 05.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n.º 83/26 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por HEISECKE & CIA S.A.C.I. contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de la marca NIMAB, clase 05, Expediente n.º 2365553 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A.-----



Resolución D.A.M.L n.º **000498**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR HEISECKE & CIA S.A.C.I. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NIMAB, CLASE 05.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca NIMAB, clase 05, Expediente n° 2365553 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.°

000499

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION CONTRA SCAVONE HNOS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FEMDRAL, CLASE 05.

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION contra SCAVONE HNOS S.A. sobre oposición al registro de la marca FEMDRAL, clase 05, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca FEMDRAL solicitada para la clase 05, en base a la marca FENURAL en la clase 05, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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.

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.





Resolución D.A.M.L n.º

000499

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION CONTRA SCAVONE HNOS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FEMDRAL, CLASE 05.-----

Que, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada FEMDRAL y la marca FENURAL oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: FEM/DRAL (solicitada) vs. FENU/RAL (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaria al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual





Resolución D.A.M.I. n.º

000499

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION CONTRA SCAVONE HNOS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FEMDRAL, CLASE 05.-----

posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, del análisis comparativo entre las denominaciones “FEMDRAL” y “FENURAL”, se advierte que, si bien ambas comparten una estructura fonética de ritmo similar y una extensión casi equivalente, presentan diferencias sustanciales en su conformación interna que inciden directamente en la percepción global del signo. En efecto, la marca “FEMDRAL” inicia con la secuencia FEMD, donde la presencia de la consonante M seguida de D genera una sonoridad más seca y entrecortada, mientras que “FENURAL” comienza con FENU, introduciendo una vocal intermedia que le otorga una pronunciación más fluida y abierta. Asimismo, en su desarrollo medio y final, las variaciones entre DRAL y RAL refuerzan una impresión auditiva y visual diferenciada, lo que permite concluir que, apreciadas en su conjunto, ambas denominaciones resultan suficientemente distintivas para descartar riesgo de confusión o asociación en el consumidor medio.-----

Que, al profundizar en las diferencias entre las mismas, se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas,





Resolución D.A.M.L n.° 000499

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION CONTRA SCAVONE HNOS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FEMDRAL, CLASE 05.-----

ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”, y que... para la comparación de dos marcas en conflicto “ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”².*-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, también es importante destacar la situación particular de los productos comprendidos en la clase 05, que abarca una amplia gama de productos, tales como farmacéuticos, médicos, veterinarios, y otros relacionados con la salud. Esta clase se caracteriza por su flexibilidad y amplitud, lo cual exige un análisis minucioso y detallado en cada solicitud de registro, con el fin de garantizar que este se ajuste a la evolución constante del sector médico y farmacéutico. Tal enfoque adaptable permite que la clasificación en esta clase refleje adecuadamente los avances y desarrollos que surgen en el ámbito de la salud, incorporando nuevos productos y tecnologías.-----

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.L n.º 000499

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION CONTRA SCAVONE HNOS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FEMDRAL, CLASE 05.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde revocar el Dictamen n.º 291/26 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION contra SCAVONE HNOS S.A. sobre oposición al registro de la marca FEMDRAL, clase 05, Expediente n.º 2491056 solicitada por SCAVONE HNOS S.A.-----





Resolución D.A.M.L n.°

000499

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION CONTRA SCAVONE HNOS S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FEMDRAL, CLASE 05.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca FEMDRAL, clase 05, Expediente n° 2491056 solicitada por SCAVONE HNOS S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----

ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º

000500

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR MEGA LABS S.A. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA URIMIL, CLASE 05.-----

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: MEGA LABS S.A. contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de la marca URIMIL, clase 05, y,-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca URIMIL solicitada para la clase 05, en base a la marca IRMIL en la clase 05, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.-----

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general. -----

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, 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

¹ **Artículo 15°.-** El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.L n.º

000500

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR MEGA LABS S.A. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA URIMIL, CLASE 05.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada URIMIL y la marca IRMIL oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: **URI/MIL** (solicitada) vs. **IR/MIL** (oponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y





Resolución D.A.M.L n.º 000500

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR MEGA LABS S.A. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA URIMIL, CLASE 05.-----

efectiva tanto a nivel auditivo como conceptual, estas diferencias nos da la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaría al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, del análisis comparativo entre las denominaciones “URIMIL” e “IRMIL”, se advierte que, pese a compartir la secuencia final “MIL”, la cual otorga una leve coincidencia en su estructura, las mismas presentan diferencias determinantes en su conformación global. En efecto, la marca “URIMIL” posee una construcción más extensa y fluida, iniciada por la vocal U y la combinación URI, lo que le otorga una sonoridad particular y claramente diferenciable, mientras que “IRMIL” se caracteriza por una estructura más breve y directa, iniciada por la vocal I y la consonante R, generando una impresión fonética distinta desde su inicio. En tal sentido, las diferencias en el ataque de ambas denominaciones resultan suficientes para evitar cualquier





Resolución D.A.M.I. n.º 000500

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR MEGA LABS S.A. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA URIMIL, CLASE 05.-----

riesgo de confusión o asociación indebida en la percepción del consumidor medio, al ser el inicio del signo el elemento de mayor impacto memorístico.-----

Que, al profundizar en las diferencias entre las mismas, se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, también es importante destacar la situación particular de los productos comprendidos en la clase 05, que abarca una amplia gama de productos, tales como farmacéuticos, médicos, veterinarios, y otros relacionados con la salud. Esta clase se caracteriza por su flexibilidad y amplitud, lo cual exige un análisis minucioso y detallado en cada solicitud de

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.

Resolución D.A.M.L n.° 000500

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR MEGA LABS S.A. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA URIMIL, CLASE 05.-----

registro, con el fin de garantizar que este se ajuste a la evolución constante del sector médico y farmacéutico. Tal enfoque adaptable permite que la clasificación en esta clase refleje adecuadamente los avances y desarrollos que surgen en el ámbito de la salud, incorporando nuevos productos y tecnologías.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2° de la Ley de marcas n° 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 288/26 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**



Resolución D.A.M.L n.º

000500

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR MEGA LABS S.A. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA URIMIL, CLASE 05.-----

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por MEGA LABS S.A. contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de la marca URIMIL, clase 05, Expediente n° 2361833 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca URIMIL, clase 05, Expediente n° 2361833 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----

ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos





Resolución D.A.M.I. n.º

000501

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR TECNOMYL S.A. CONTRA FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FLUMIGUARD Y ETIQUETA, CLASE 05.

Asunción, 20 MAY 2026

VISTO:

El expediente caratulado: TECNOMYL S.A. CONTRA FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. sobre oposición al registro de la marca FLUMIGUARD Y ETIQUETA, clase 05, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca FLUMIGUARD Y ETIQUETA solicitada para la clase 05, en base a la marca FLOWERGUARD en la clase 05, por lo que corresponde a esta Dirección determinar si las marcas son o no confundibles.

Que, en uso de las atribuciones otorgadas por la ley¹ a esta dependencia administrativa, al momento de analizar la oposición a la solicitud de registro de una marca, se debe considerar que el signo no se encuentre inmerso dentro de las prohibiciones que establece la ley regulatoria, velando siempre por el interés general.

Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n.º 1.294/98, 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

¹ Artículo 15º.- El registro de una marca hecho de acuerdo con esta ley, concede a su titular el derecho al uso exclusivo de la misma y a ejercer ante los órganos jurisdiccionales las acciones y medidas que correspondan contra quien lesione sus derechos. Asimismo concede el derecho a oponerse al registro y al uso de cualquier otro signo que pueda inducir directa o indirectamente a confusión o asociación entre los productos o servicios cualquiera sea la clase en que figuren, siempre que tengan relación entre ellos.



Resolución D.A.M.L n.º 000501

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR TECNOMYL S.A. CONTRA FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FLUMIGUARD Y ETIQUETA, CLASE 05.-----

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, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

Que, cabe señalar que el presente pronunciamiento de esta Dirección se fundamenta en el análisis del riesgo de confusión entre la solicitud en trámite y el signo invocado en la oposición.----

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 la oposición; y determinar si la misma se encuadra dentro de las restricciones para el registro de una marca previstas en la Ley de Marcas.-----

Que, haciendo un análisis minucioso en conjunto de las marcas en controversia podemos notar que la marca solicitada FLUMIGUARD y la marca FLOWERGUARD oponente gramaticalmente al primer golpe de vista las marcas están expresadas de diferentes maneras, lo que hacen una marcada diferencia entre las mismas.-----

Que, entre las marcas en pugna: **FLUMI/GUARD** (solicitada) vs. **FLOWER/GUARD** (opponente), en conjunto y sucesivamente, es de relevancia la comprensión precisa de las diferencias fonéticas y conceptuales, lo que es esencial para evitar malentendidos en la interpretación y aplicación de ambas denominaciones. Resaltar estas distinciones permite una utilización más adecuada y específica de cada término en contextos relevantes, promoviendo así una comunicación clara y efectiva tanto a nivel auditivo como conceptual, estas diferencias nos da



Resolución D.A.M.I. n.° 000501

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR TECNOMYL S.A. CONTRA FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FLUMIGUARD Y ETIQUETA, CLASE 05.-----

la pauta que las mismas son plenamente distinguibles y podrán coexistir pacíficamente en el mercado.-----

Que, las diferencias son apreciables tanto gráfica o auditivamente, tal como enseña la doctrina y la jurisprudencia marcaría al realizar el análisis de marcas para determinar una eventual posibilidad de confusión entre ambas debe estarse a la representación de las mismas en su conjunto y no por sus elementos aislados.-----

Que, al realizar el estudio sobre la posible coexistencia entre la potencial marca con la marca ya existente (base de oposición), 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. Del análisis en conjunto vemos que en su conjunto dejan una impresión muy diferente que aleja toda posibilidad de que exista una confusión entre dichas marcas. Se puede percibir a simple vista la diferencia existente entre las mismas. -----

Que, del análisis en conjunto de las denominaciones “FLUMIGUARD” y “FLOWERGUARD”, se advierte que, si bien ambas comparten la terminación común “GUARD”, dicha coincidencia resulta de carácter genérico o de uso frecuente en el ámbito marcario, asociada a la idea de protección, seguridad o resguardo, lo cual reduce significativamente su fuerza distintiva. Sin embargo, las marcas en cuestión presentan diferencias sustanciales en su inicio, siendo “FLUMI” en la marca solicitada y “FLOWER” en la marca oponente, elementos que generan impresiones fonéticas, gráficas y conceptuales claramente distintas, ya que evocan ideas diferentes en la percepción del consumidor medio. En tal sentido,



Resolución D.A.M.L n.º **000501**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR TECNOMYL S.A. CONTRA FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FLUMIGUARD Y ETIQUETA, CLASE 05.-----

el examen integral de ambas denominaciones permite concluir que no existe riesgo de confusión ni de asociación indebida entre las marcas comparadas.-----

Que, al profundizar en las diferencias entre las mismas, se aprecia que las mismas son notables tanto desde el punto de vista gráfico como auditivo. En este caso, las diferencias gráficas, ortográficas y fonéticas entre las mismas son suficientes para evitar cualquier confusión. Cada una de ellas genera una impresión general claramente diferenciada.-----

Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en su conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrados de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica”*².-----

Que, luego del estudio pormenorizado del caso que nos ocupa, esta Dirección considera que las marcas en pugna pueden coexistir pacíficamente, la marca solicitada y la marca oponente tienen elementos que las hacen diferentes, además de considerar que la existencia de partes comunes no constituye un impedimento para el registro de una nueva marca, siempre que esta incluya otros elementos capaces de integrar un conjunto.-----

Que, también es importante destacar la situación particular de los productos comprendidos en la clase 05, que abarca una amplia gama de productos, tales como farmacéuticos, médicos, veterinarios, y otros relacionados con la salud. Esta clase se caracteriza por su flexibilidad y amplitud, lo cual exige un análisis minucioso y detallado en cada solicitud de

² Dr. Fernández Novoa - Fundamentos de Derecho de Marcas - pág. 199.





Resolución D.A.M.I. n.º

000501

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR TECNOMYL S.A. CONTRA FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FLUMIGUARD Y ETIQUETA, CLASE 05.-----

registro, con el fin de garantizar que este se ajuste a la evolución constante del sector médico y farmacéutico. Tal enfoque adaptable permite que la clasificación en esta clase refleje adecuadamente los avances y desarrollos que surgen en el ámbito de la salud, incorporando nuevos productos y tecnologías.-----

Que, en base a los argumentos expuestos, se confirma que las marcas en pugna no presenta riesgo de confusión en el mercado. Por lo que su coexistencia no representa ningún inconveniente legal.-----

Que, se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de la oponente, por lo que esta Dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas el artículo 2º de la Ley de marcas n.º 1.294/98, y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, esta Dirección considera que la marca solicitada podrá coexistir pacíficamente sin crear riesgo de confusión al público consumidor debido a que la solicitud de registro reúne los elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n.º 159/26 emitido por la jefatura de Tercera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

**Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:**



Resolución D.A.M.L n.º

000501

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR TECNOMYL S.A. CONTRA FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA FLUMIGUARD Y ETIQUETA, CLASE 05.-----

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por TECNOMYL S.A. contra FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L. sobre oposición al registro de la marca FLUMIGUARD Y ETIQUETA, clase 05, Expediente n° 2547131 solicitada por FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca FLUMIGUARD Y ETIQUETA, clase 05, Expediente n° 2547131 solicitada por FRANCISCO VIERCI & CIA. S.R.L.-----

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución n° 000502

POR LA CUAL SE DECLARA LA CADUCIDAD DE INSTANCIA DE LA OPOSICIÓN A LA MARCA “TRIFEND Y ETIQUETA”, CLASE 05, OPOSICIÓN N° 2485865, INTERPUESTA POR LABORATORIOS SAVAL S.A.-----

Asunción,
20 MAY 2026

VISTO:

El expediente de oposición contra la marca “TRIFEND Y ETIQUETA”, clase 05, oposición N° 2485865, INTERPUESTA POR LABORATORIOS SAVAL S.A.-----

CONSIDERANDO:

Que, de acuerdo con el **Art. 56 de la Ley de marcas**, y de conformidad con el **Art. 172,173,174 del C.P.C.**, se operará la **Caducidad de la Instancia** en toda clase de juicio, cuando no se instare su curso dentro del **plazo de 6 (seis) meses**.-----

Que, en relación con el informe de la Actuaría, en el caso de autos, ha transcurrido el plazo establecido en la ley para que se opere la Caducidad de la Instancia.-----

Por tanto,
LA DIRECTORA DE ASUNTOS MARCARIOS LITIGIOSOS
RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR operada la caducidad de la Instancia de la **oposición N° 2485865**, deducida contra la marca “TRIFEND Y ETIQUETA”, clase 05, Acta N° 2452058, solicitada por **H3 AGROCHEMICALS S.A.**-----

Artículo 2.- NOTIFÍQUESE por cédula.-----



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos