



Resolución D.A.M.L n.º 001006

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR GUAYAKI S.A. CONTRA GALENICUM VITAE, S.L.U. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VITAE, CLASE 35.-----

Asunción, 10 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: GUAYAKI S.A. contra GALENICUM VITAE, S.L.U. sobre oposición al registro de la marca VITAE, clase 35, y-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca VITAE, solicitada para la clase 35, en base al registro de marca VITALMEG, 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. ° 001006

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR GUAYAKI S.A. CONTRA GALENICUM VITAE, S.L.U. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VITAE, CLASE 35.-----

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, 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, entre las marcas en pugna VITAE (solicitada) y VITALMEG (oponente), corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen las denominaciones y valorando integralmente los elementos que las conforman. En tal sentido, si bien ambas denominaciones comparten la expresión VITA, dicha coincidencia parcial no resulta suficiente para determinar, por sí sola, la existencia de riesgo de confusión o asociación, toda vez que las denominaciones presentan diferencias en su estructura y composición. Así, la marca solicitada se encuentra conformada por la expresión VITAE, mientras que la marca oponente constituye una denominación única, VITALMEG, cuya terminación MEG le confiere una configuración visual y fonética diferenciada.-----

VITAE (solicitada) y VITALMEG (oponente)



Resolución D.A.M.L n. ° 001006

**POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS
ACCIÓN DEDUCIDA POR GUAYAKI S.A. CONTRA GALENICUM VITAE, S.L.U.
SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VITAE, CLASE 35.**-----

Que, desde el aspecto fonético, si bien existe coincidencia en la pronunciación del segmento inicial VITA, la terminación AE en la marca solicitada y la terminación MEG en la marca oponente generan diferencias apreciables en la extensión, ritmo y sonoridad de los respectivos conjuntos, permitiendo su diferenciación por parte del público consumidor.-----

Que, asimismo, corresponde considerar la naturaleza de los productos y servicios comprendidos en las respectivas coberturas. La marca solicitada VITAE se encuentra destinada a distinguir servicios de la Clase 35, comprendiendo publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina, gestión comercial de licencias de productos farmacéuticos y servicios de importación, exportación y venta de productos farmacéuticos; mientras que la marca VITALMEG se encuentra registrada en la Clase 05 para distinguir productos farmacéuticos y demás productos comprendidos en dicha clase. Si bien ambas coberturas presentan cierta vinculación por encontrarse relacionadas con el ámbito farmacéutico, los servicios de gestión, importación, exportación y comercialización y los productos farmacéuticos propiamente dichos presentan distinta naturaleza y modalidad de prestación o comercialización.-----

Que, por otra parte, corresponde ponderar la expresión VITA, presente en ambas denominaciones, cuya coincidencia debe ser valorada atendiendo a su fuerza distintiva dentro de las composiciones enfrentadas. En tal sentido, dicho elemento remite a la idea de vida y, en el contexto de productos y servicios vinculados con el ámbito farmacéutico, salud y bienestar, posee un carácter evocativo, por lo que su presencia común no puede ser considerada, aisladamente, como determinante de confundibilidad.-----



Resolución D.A.M.L n. °

001006

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR GUAYAKI S.A. CONTRA GALENICUM VITAE, S.L.U. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VITAE, CLASE 35.-----

Que, conforme a los criterios establecidos en las directrices de marcas, el análisis de confundibilidad debe efectuarse considerando la impresión de conjunto que producen las denominaciones, valorando sus semejanzas y diferencias, así como la naturaleza y relación existente entre los productos o servicios que respectivamente distinguen. En tal sentido, la apreciación conjunta de VITAE y VITALMEG, unida a las diferencias existentes entre sus respectivas composiciones y a la distinta naturaleza de las coberturas involucradas, aun cuando presentan cierta vinculación comercial, permite concluir que no se configura un riesgo de confusión o asociación suficiente que impida su coexistencia en el mercado.-----

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. Esta capacidad es especialmente relevante en la clase 05, donde el uso de prefijos genéricos o descriptivos es común en productos farmacéuticos, y por lo tanto, no debe limitarse al registro de nuevas marcas por la mera coincidencia de estos elementos.*-----

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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”*² -----

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n.° ~~001006~~

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR GUAYAKI S.A. CONTRA GALENICUM VITAE, S.L.U. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VITAE, CLASE 35.

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.

Que, la marca solicitada 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, 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° 82/26 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 GUAYAKI S.A. contra GALENICUM VITAE S.L.U. sobre oposición al registro de la marca VITAE, clase 35, Expediente n° 2113219 solicitada por GALENICUM VITAE S.L.U.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca VITAE, clase 35, Expediente n° 2113219 solicitada por GALENICUM VITAE S.L.U.





Resolución D.A.M.I. n. ° 001006

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS
ACCIÓN DEDUCIDA POR GUAYAKI S.A. CONTRA GALENICUM VITAE, S.L.U.
SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VITAE, CLASE 35.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º **001007**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERNET GROUP D.O.O. BEOGRAD CONTRA CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA TESA Y ETIQUETA CLASE 09.-----

Asunción, 10 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: INTERNET GROUP D.O.O. BEOGRAD contra CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA sobre oposición al registro de marca TESA Y ETIQUETA clase 09, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca TESA Y ETIQUETA, solicitada para la clase 09, en base a la marca TESLA 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 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. ° 001007

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERNET GROUP D.O.O. BEOGRAD CONTRA CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA TESA 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, 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 TESA Y ETIQUETA se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición TESLA, 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. °**001007**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERNET GROUP D.O.O. BEOGRAD CONTRA CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA TESA Y ETIQUETA CLASE 09.-----

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.°

001007

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INTERNET GROUP D.O.O. BEOGRAD CONTRA CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA TESA Y ETIQUETA CLASE 09.-----

corresponde confirmar el Dictamen n.° 599/26, 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 INTERNET GROUP D.O.O. BEOGRAD contra CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA sobre oposición al registro de marca TESA Y ETIQUETA clase 09, Expediente n° 2427386 solicitada por CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca TESA Y ETIQUETA clase 09, Expediente n° 2427386 solicitada por CASILDA TERESITA GONZALEZ PAIVA Y OSCAR VILLALBA.-----

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

**ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ**

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º **001008**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SATTVICA S.A. CONTRA PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MARADONA CLASE 05.-----

Asunción, **10 SEP 2026**

VISTO:

El expediente caratulado: SATTVICA S.A. contra PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S. sobre oposición al registro de marca MARADONA clase 05, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca MARADONA, solicitada para la clase 05, en base a la marca MARADONA en la clase 35 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 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.º

001008

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SATTVICA S.A. CONTRA PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MARADONA CLASE 05.-----

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 MARADONA se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición MARADONA, 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.-----

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





Resolución D.A.M.I. n.º

001008

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SATTVICA S.A. CONTRA PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MARADONA CLASE 05.-----

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 corresponde confirmar el Dictamen n.º 199/26, 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 SATTVICA S.A. contra PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S. sobre oposición al



Resolución D.A.M.L n. °

001008

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SATTVICA S.A. CONTRA PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MARADONA CLASE 05.-----

registro de marca MARADONA clase 05, Expediente n° 2268733 solicitada por PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca MARADONA clase 05, Expediente n° 2268733 solicitada por PELUSA SPORT GROUP PSG E.A.S.-----

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

ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos





Resolución D.A.M.I. n.º **001009**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR RETAIL S.A. CONTRA HUGO RAMÓN BENÍTEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA CLASE 40.-----

Asunción, 10 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: RETAIL S.A. contra HUGO RAMÓN BENÍTEZ sobre oposición al registro de marca MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA clase 40, y;-----

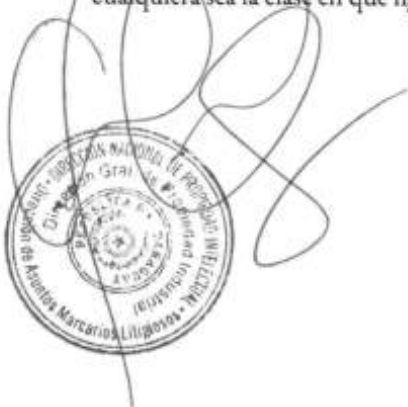
CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA, solicitada para la clase 40, en base a la marca AHORRAMAX en la clase 43 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

001009

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR RETAIL S.A. CONTRA HUGO RAMÓN BENÍTEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ 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, realizado el cotejo marcario entre la denominación solicitada MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición AHORRAMAX, 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**001009**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR RETAIL S.A. CONTRA HUGO RAMÓN BENÍTEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA CLASE 40.-----

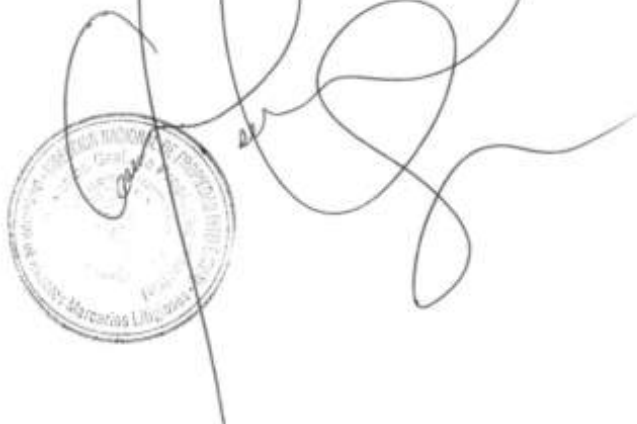
Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.-----

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.° **001009**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR RETAIL S.A. CONTRA HUGO RAMÓN BENÍTEZ SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA CLASE 40.-----

corresponde confirmar el Dictamen n.° 598/26, 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 RETAIL S.A. contra HUGO RAMÓN BENÍTEZ sobre oposición al registro de marca MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA clase 40, Expediente n° 2211500 solicitada por HUGO RAMÓN BENÍTEZ.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca MINIMERCADO AHORRA MAS DE HUGO RAMÓN BENÍTEZ Y ETIQUETA clase 40, Expediente n° 2211500 solicitada por HUGO RAMÓN BENÍTEZ.-----

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

ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.° 001010

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CONTINENTAL GRAIN COMPANY CONTRA PABLO AGUSTIN CEUNINCK SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA OKY Y ETIQUETA CLASE 30.

Asunción, 10 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CONTINENTAL GRAIN COMPANY contra PABLO AGUSTIN CEUNINCK sobre oposición al registro de marca OKY Y ETIQUETA clase 30, y;

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca OKY Y ETIQUETA, solicitada para la clase 30, en base a la marca OK 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.L n. ° 001010

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CONTINENTAL GRAIN COMPANY CONTRA PABLO AGUSTIN CEUNINCK SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA OKY Y ETIQUETA CLASE 30.-----

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 OKY Y ETIQUETA se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición OK, 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 001010

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CONTINENTAL GRAIN COMPANY CONTRA PABLO AGUSTIN CEUNINCK SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA OKY Y ETIQUETA CLASE 30.-----

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 **001010**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR CONTINENTAL GRAIN COMPANY CONTRA PABLO AGUSTIN CEUNINCK SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA OKY Y ETIQUETA CLASE 30.-----

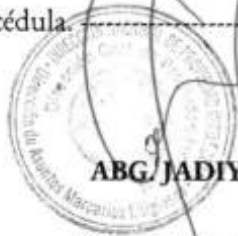
corresponde confirmar el Dictamen n.º 596/26, de la Jefatura de la Primera Sala y hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho.-----

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

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por CONTINENTAL GRAIN COMPANY contra PABLO AGUSTIN CEUNINCK sobre oposición al registro de marca OKY Y ETIQUETA clase 30, Expediente n.º 2382112 solicitada por PABLO AGUSTIN CEUNINCK.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca OKY Y ETIQUETA clase 30, Expediente n.º 2382112 solicitada por PABLO AGUSTIN CEUNINCK.-----

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



ABG JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º 001011

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, CLASE 05.-----

Asunción, 10 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de la marca VAGISTATIN, clase 05, y,-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca VAGISTATIN, solicitada para la clase 05, en base al registro de marca VAGISAN, en la clase 05, y VAGISIL, en la clase 03 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

001011

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, 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, con respecto a la primera oposición fundada en la marca registrada VAGISAN frente a la solicitud VAGISTATIN, corresponde señalar que ambas denominaciones se encuentran comprendidas en la Clase 05, por lo que el análisis de confundibilidad debe centrarse principalmente en la configuración de las expresiones enfrentadas, atendiendo a la impresión general que producen en el consumidor. En tal sentido, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto de ambas denominaciones, ponderando sus elementos coincidentes y aquellos que permiten diferenciarlas, a fin de determinar si las semejanzas existentes revisten entidad suficiente para generar riesgo de confusión o asociación empresarial.-----

Que, en cuanto al aspecto ortográfico y visual, si bien VAGISAN y VAGISTATIN comparten la secuencia inicial VAGIS, presentan una configuración general diferenciada. En efecto, VAGISAN constituye una denominación breve, mientras que VAGISTATIN posee una extensión considerablemente mayor, incorporando las letras TATIN luego del elemento común.





Resolución D.A.M.L n. °

001011

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, CLASE 05.-----

Asimismo, las terminaciones -SAN y TATIN presentan una conformación gráfica diferente, circunstancia que contribuye a otorgar a cada denominación una individualidad propia al ser apreciadas en su conjunto.-----

VAGISAN

(oponente)

VAGISTATIN

(solicitante)

Que, desde el punto de vista fonético, si bien ambas denominaciones coinciden en su comienzo, la pronunciación integral de cada una genera una sonoridad claramente diferenciada. VAGISAN presenta una estructura breve y concluye con la sílaba SAN, mientras que VAGISTATIN incorpora las sílabas TA-TIN, dando lugar a una expresión más extensa y a una cadencia final distinta. Por ello, la coincidencia existente en el segmento inicial no resulta suficiente para producir una semejanza auditiva capaz de inducir al consumidor a percibir ambas expresiones como una misma denominación o como variantes de un mismo origen empresarial.--

Que, asimismo, debe tenerse presente que la secuencia VAGIS, común a ambas denominaciones, posee una fuerza distintiva limitada, en atención a su carácter evocativo respecto del ámbito vaginal o íntimo femenino. En consecuencia, dicho elemento no puede ser considerado aisladamente para determinar la existencia de confundibilidad, debiendo valorarse



Resolución D.A.M.L n. ° 001011

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, CLASE 05.-----

especialmente los restantes componentes que integran cada denominación y la impresión que producen en su totalidad.-----

Que, en este sentido, el consumidor medio percibirá las denominaciones de manera sucesiva y en su integridad, por lo que las diferencias existentes en cuanto a su extensión, estructura silábica y terminación adquieren particular relevancia. Así, mientras VAGISAN presenta una expresión corta, de terminación definida, VAGISTATIN incorpora una estructura más prolongada y una sonoridad final diferente, circunstancias que permiten su diferenciación aun cuando ambas compartan un segmento inicial.-----

Que, en segundo lugar, respecto de la oposición fundada en la marca registrada VAGISIL frente a la solicitud VAGISTATIN, corresponde señalar que la marca oponente distingue cremas femeninas antitranspirantes, geles, lociones, polvos y sprays, cremas desodorantes femeninas, cremas femeninas calmantes no medicinales, geles, lociones, polvos y sprays para la piel, duchas vaginales no medicinales, humectantes no medicinales para la piel del área externa vaginal, toallitas prehumedecidas y paños no medicinales femeninos, así como productos de higiene femenina no medicinales comprendidos en la Clase 03, mientras que la solicitud VAGISTATIN se encuentra comprendida en la Clase 05. En consecuencia, si bien ambas denominaciones se encuentran vinculadas con el ámbito del cuidado femenino, corresponde centrar el cotejo en la impresión general que producen las expresiones enfrentadas.-----

Que, en cuanto al aspecto ortográfico y visual, VAGISIL y VAGISTATIN presentan como único elemento coincidente la secuencia inicial VAGIS, diferenciándose claramente en su extensión y en los elementos que completan cada denominación. Mientras VAGISIL constituye una expresión breve, VAGISTATIN presenta una estructura considerablemente más extensa, incorporando las letras TATIN y una terminación diferente. Tales variaciones generan una





Resolución D.A.M.L n. ° 001011

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, CLASE 05.-----

configuración visual diferenciada, permitiendo que cada denominación sea identificada como una expresión independiente.-----

VAGISIL

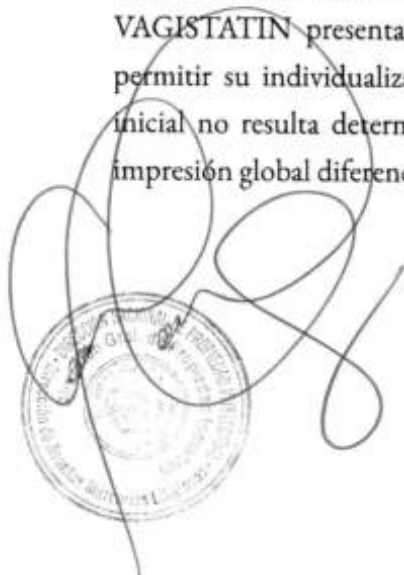
(oponente)

VAGISTATIN

(solicitante)

Que, desde el punto de vista fonético, las diferencias resultan igualmente perceptibles, puesto que VAGISIL presenta una pronunciación breve y concluye con la sílaba SIL, mientras que VAGISTATIN incorpora las sílabas TA-TIN, produciendo una sonoridad más prolongada y una cadencia final sustancialmente diferente. En tal sentido, la coincidencia inicial no determina que ambas denominaciones presenten una semejanza auditiva suficiente para inducir a confusión, ya que sus respectivas terminaciones modifican de manera apreciable la percepción fonética de conjunto.-----

Que, en este sentido, aun cuando pueda existir cierta relación entre los productos debido a su vinculación con el cuidado y la higiene íntima femenina, las denominaciones VAGISIL y VAGISTATIN presentan diferencias suficientes en su estructura, extensión y sonoridad para permitir su individualización por parte del consumidor. La mera coincidencia en el segmento inicial no resulta determinante cuando los restantes elementos de las expresiones generan una impresión global diferenciada.-----





Resolución D.A.M.L n.º 001011

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, CLASE 05.-----

Que, en consecuencia, las diferencias apreciadas entre VAGISIL y VAGISTATIN permiten concluir que ambas denominaciones poseen aptitud diferenciadora suficiente, de modo que la coincidencia parcial en su elemento inicial no resulta idónea para generar un riesgo concreto de confusión o asociación en el mercado.- -----

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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas. -----

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. Esta capacidad es especialmente relevante en la clase 05, donde el uso de prefijos genéricos o descriptivos es común en productos farmacéuticos, y por lo tanto, no debe limitarse al registro de nuevas marcas por la mera coincidencia de estos elementos.*-----

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 conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un*



Resolución D.A.M.L. n.º

001011

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, CLASE 05.-----

lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.² -----

Que se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de la marca de los oponentes, por lo que esta dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

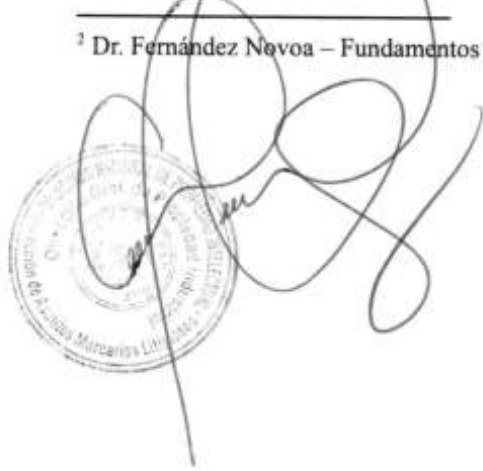
Que, la marca solicitada reúne las condiciones básicas esenciales que la ley requiere como; la fuerza distintiva, novedad, especialidad, y originalidad, requisitos indispensables para el registro de una marca.-----

Que, 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° 298/25 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:**

Artículo 1.- DECLARAR improcedentes y no hacer lugar a la acciones deducidas por SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de la marca

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n.º **001011**

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR SIDUS S.A. Y COMBE INTERNATIONAL LTD. CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA VAGISTATIN, CLASE 05.-----

VAGISTATIN, clase 05, Expediente n° 2263587 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca VAGISTATIN, clase 05, Expediente n° 2263587 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A.-----

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



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º 001012

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR QUIMFA S.A. CONTRA LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA LACTIPLUS, CLASE 05.

Asunción, 10 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: QUIMFA S.A. contra LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de marca "LACTIPLUS" clase 05, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca "LACTIPLUS", solicitada para la clase 05, en base a la marca registrada "LACTOPLUS" 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 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. °

001012

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR QUIMFA S.A. CONTRA LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA LACTIPLUS, 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, ingresando al cotejo de los signos denominativos en conflicto, y conforme a lo establecido en las directrices de marcas, se constata la existencia de semejanza gráfica y fonética entre la marca registrada oponente LACTOPLUS y la solicitud LACTIPLUS. Al respecto, los signos denominativos deben ser apreciados en su conjunto, atendiendo a la impresión general que producen en el público consumidor, sin efectuar un análisis fragmentado de sus elementos. En el presente caso, ambas denominaciones comparten íntegramente el segmento inicial LACT y el segmento final PLUS, elementos que ocupan posiciones relevantes dentro de la estructura de los signos, generando una marcada coincidencia visual y sonora. Si bien presentan una diferencia en la vocal que sigue al segmento inicial, I en la solicitud y O en la marca oponente, dicha variación resulta insuficiente para desvirtuar la proximidad existente entre ambas denominaciones, particularmente atendiendo a su reducida extensión y a la coincidencia de sus elementos principales.-----





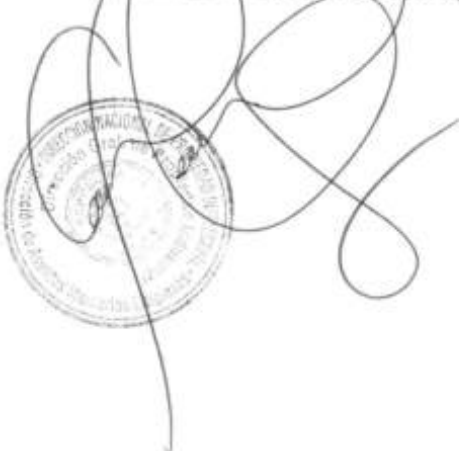
Resolución D.A.M.I. n.°

001012

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR QUIMFA S.A. CONTRA LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA LACTIPLUS, CLASE 05.

Que, asimismo, desde el aspecto fonético, ambas denominaciones presentan una estructura sonora marcadamente próxima, derivada de la coincidencia de sus sonidos iniciales y de la terminación PLUS, así como de su similar extensión y ritmo, de modo que la diferencia existente entre los sonidos I y O no alcanza a generar una diferenciación auditiva suficiente que permita descartar el riesgo de confusión. Esta semejanza adquiere especial relevancia al encontrarse ambas denominaciones destinadas a distinguir productos comprendidos en la Clase Internacional 05, existiendo además coincidencia respecto del ámbito de protección, circunstancia que incrementa la posibilidad de que el público consumidor pueda asociar los productos con un mismo origen empresarial o considerar que existe algún vínculo entre sus titulares.

Que, respecto de lo manifestado por la parte solicitante en su escrito de contestación, en cuanto invoca la existencia de la marca LACTO FIBER N° 445054, que coexiste en la Clase Internacional 05 con LACTOPLUS, corresponde señalar que dicho antecedente no resulta determinante para descartar el riesgo de confusión advertido en el presente caso. En efecto, la eventual coexistencia de otra denominación que presenta elementos comunes con las marcas en conflicto no implica que dichos elementos deban ser considerados irrelevantes ni que cualquier marca que los contenga pueda coexistir necesariamente con la marca oponente, puesto que el análisis debe efectuarse respecto de las marcas específicamente enfrentadas y de la impresión de conjunto que generan. En el caso concreto, la coincidencia de los segmentos principales LACT y PLUS, sumada a la elevada semejanza gráfica y fonética existente entre LACTIPLUS y LACTOPLUS, así como a la coincidencia dentro de la Clase Internacional 05 y la amplitud de la cobertura de la marca oponente, configura un grado de similitud susceptible de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.





Resolución D.A.M.L n.° 001012

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR QUIMFA S.A. CONTRA LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA LACTIPLUS, CLASE 05.-----

Que, este análisis de confundibilidad encuentra sustento en el derecho conferido por el registro prioritario de la marca LACTOPLUS, cuyo titular se encuentra facultado para oponerse al registro de marcas que, por su semejanza con la marca previamente registrada y atendiendo a los productos que distinguen, puedan inducir a confusión o asociación en el mercado. En consecuencia, la concesión de la marca solicitada LACTIPLUS, en las condiciones analizadas, podría afectar los derechos previamente adquiridos por el titular de la marca LACTOPLUS.-----

Que, finalmente, para la apreciación global del riesgo de confusión, corresponde observar un criterio de especial prudencia tratándose de productos comprendidos en la clase internacional 05, atendiendo a la naturaleza y finalidad de los mismos. Si bien el consumidor puede prestar un mayor grado de atención al momento de adquirir productos farmacéuticos, ello no excluye la posibilidad de confusión entre denominaciones semejantes. En consecuencia, tratándose de productos de esta naturaleza, corresponde extremar el análisis de los signos enfrentados, a fin de evitar que sus semejanzas puedan inducir al público consumidor a error respecto de su origen empresarial.-----

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, 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.-----



Resolución D.A.M.L n.°

001012

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR QUIMFA S.A. CONTRA LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA LACTIPLUS, 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° 1.294/98 y no reúne los requisitos para su registro, por lo que corresponde confirmar el Dictamen n° 171/26, 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 QUIMFA S.A. contra LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de marca "LACTIPLUS" clase 05, Expediente n° 2269285 solicitada por LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "LACTIPLUS" clase 05, Expediente n° 2269285 solicitada por LABORATORIO DE PRODUCTOS ÉTICOS 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 001013

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR PARTNERGROUP S.A. CONTRA R4 S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MEDICAL ART Y ETIQUETA, CLASE 10.

Asunción, 10 SEP 2025

VISTO:

El expediente caratulado: PARTNERGROUP S.A. contra R4 S.A. sobre oposición al registro de la marca MEDICAL ART Y ETIQUETA, clase 10, y,

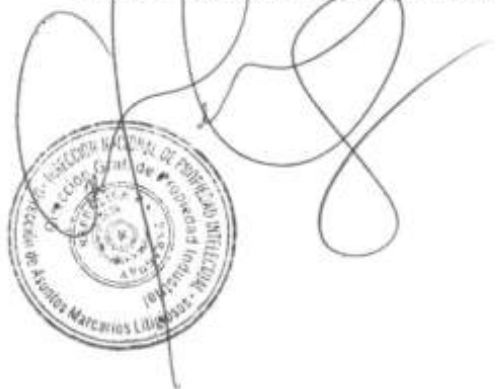
CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca MEDICAL ART Y ETIQUETA, solicitada para la clase 10, en base al registro de marca MEDICAL PARTNER BUENOS NEGOCIOS JUNTOS (SLOGAN) Y ETIQUETA, en la clase 35, 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

001013

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PARTNERGROUP S.A. CONTRA R4 S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MEDICAL ART Y ETIQUETA, CLASE 10.

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, entre las marcas en pugna MEDICAL ART Y ETIQUETA (solicitada) y MEDICAL PARTNER BUENOS NEGOCIOS JUNTOS (SLOGAN) Y ETIQUETA (oponente), corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen los signos y valorando integralmente los elementos denominativos y figurativos que los conforman. En tal sentido, si bien ambas marcas incorporan la expresión MEDICAL, dicha coincidencia deberá ser apreciada conjuntamente con los restantes elementos que integran cada composición, a fin de determinar si existe semejanza susceptible de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, asimismo, conforme surge de la contestación presentada, la parte solicitante ha señalado la existencia de diversos registros vigentes que incorporan la expresión MEDICAL en sus respectivas denominaciones, entre ellos MEDICAL, en la clase 35, cuyo titular es AMERICA S.A.; TOP MEDICAL, en Clases 10 y 35, cuyo titular es TOP MEDICAL S.A.; MEDICAL





Resolución D.A.M.L n.º 001013

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PARTNERGROUP S.A. CONTRA R4 S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MEDICAL ART Y ETIQUETA, CLASE 10.

FARMACEUTICA, en Clase 35, cuyo titular es INDUFAR C.I.S.A.; y MEDICAL TELEMED, en Clases 10 y 35, cuyo titular es SUNSET S.A. COMERCIAL INDUSTRIAL Y DE SERVICIOS, entre otros. La existencia de dichos antecedentes permite advertir que en el ámbito registral nacional coexisten diversas marcas que incorporan la expresión MEDICAL, circunstancia que constituye un elemento de valoración dentro del presente análisis y que debe ser ponderada conjuntamente con las demás particularidades de los signos en conflicto.

Que, en este sentido, la coexistencia de diversos registros que incorporan la expresión MEDICAL permite considerar que dicho vocablo posee una fuerza distintiva limitada en relación con los productos y servicios vinculados al ámbito médico, por lo que su presencia común en las marcas enfrentadas no puede ser considerada, de manera aislada, como un elemento determinante para establecer confundibilidad. En consecuencia, el análisis debe concentrarse especialmente en los demás componentes que individualizan a cada signo y en la impresión de conjunto que estos producen.

Que, al efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto de las denominaciones, se advierte que la expresión MEDICAL se encuentra presente en ambas marcas. Sin embargo, la marca solicitada se encuentra constituida por la denominación MEDICAL ART, mientras que la oponente incorpora las expresiones MEDICAL PARTNER BUENOS NEGOCIOS JUNTOS (SLOGAN). Por tanto, la estructura denominativa de cada signo resulta diferenciada, particularmente por la presencia de los vocablos ART y PARTNER, así como por la incorporación del slogan que forma parte de la composición de la marca oponente, circunstancias que deben ser apreciadas dentro de la impresión integral de los signos.

Que, desde el aspecto ortográfico y visual, si bien ambas composiciones comparten la palabra MEDICAL, la solicitada presenta una estructura gráfica caracterizada por un elemento



Resolución D.A.M.L n.° 001013

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PARTNERGROUP S.A. CONTRA R4 S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MEDICAL ART Y ETIQUETA, CLASE 10.-----

figurativo circular ubicado sobre la denominación MEDICAL ART, mientras que la oponente se encuentra conformada por un diseño en forma de óvalo, dentro del cual se disponen las expresiones Medical y partner, incorporando debajo el texto Buenos negocios juntos. Asimismo, las tipografías, disposición, proporción y configuración general de ambas etiquetas resultan sustancialmente diferentes, generando una fisonomía visual propia en cada caso.-----



(marca solicitada)



(marca oponente concedida)

Que, desde el aspecto fonético, la coincidencia en la pronunciación de MEDICAL no resulta suficiente para producir una semejanza determinante, toda vez que la secuencia sonora continúa de manera diferente en cada marca, mediante los términos ART y PARTNER, respectivamente. A ello se agrega que la marca oponente incorpora el elemento denominativo BUENOS NEGOCIOS JUNTOS, circunstancia que amplía su estructura fonética y contribuye a diferenciar la percepción auditiva del conjunto.-----





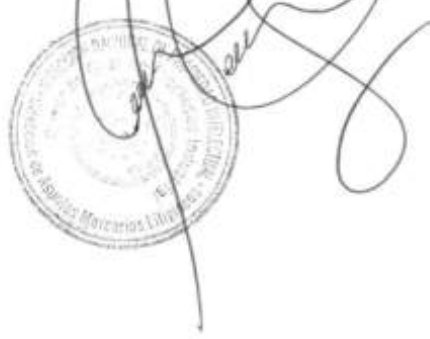
Resolución D.A.M.L n. ° 001013

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PARTNERGROUP S.A. CONTRA R4 S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MEDICAL ART Y ETIQUETA, CLASE 10.

Que, asimismo, desde el aspecto conceptual, la expresión MEDICAL presenta un significado directamente asociado al ámbito médico, por lo que su coincidencia no resulta suficiente para establecer una identidad conceptual entre las marcas. Por el contrario, MEDICAL ART conforma una expresión cuyo segundo elemento aporta una determinada significación al conjunto, mientras que MEDICAL PARTNER BUENOS NEGOCIOS JUNTOS transmite una idea vinculada a la asociación o vinculación comercial, particularmente a través de la expresión que funciona como slogan. De esta manera, las construcciones conceptuales de ambas marcas resultan diferenciadas.

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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas.

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 elementos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo un elemento común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales”*. En tal sentido, dicho criterio resulta aplicable al presente caso, en el cual las denominaciones MEDICAL ART y MEDICAL PARTNER BUENOS NEGOCIOS JUNTOS (SLOGAN) comparten la expresión MEDICAL, pero presentan diferencias suficientes en su estructura denominativa, así como en sus respectivas etiquetas y composiciones gráficas, circunstancias que, apreciadas en su conjunto, permiten su individualización dentro del mercado.





Resolución D.A.M.L n. °

001013

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PARTNERGROUP S.A. CONTRA R4 S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MEDICAL ART Y ETIQUETA, CLASE 10.

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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”*² -----

La conclusión jurídica principal es que ambos signos NO son similares en grado de causar confusión y pueden coexistir pacíficamente en el mercado paraguayo. Esto se debe a que la única coincidencia entre ellos radica en un término genérico/débil en el ámbito de la salud y la medicina, mientras que sus elementos distintivos denominativos, gráficos y el lema comercial poseen notables diferencias. -----

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 en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

Que, la marca solicitada 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, 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

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n. ° 001013

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PARTNERGROUP S.A. CONTRA R4 S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MEDICAL ART Y ETIQUETA, CLASE 10.

improcedente, consecuentemente, corresponde revocar el Dictamen n° 565/26 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 PARTNERGROUP S.A. contra R4 S.A. sobre oposición al registro de la marca MEDICAL ART Y ETIQUETA, clase 10, Expediente n° 2212245 solicitada por R4 S.A.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca MEDICAL ART Y ETIQUETA, clase 10, Expediente n° 2212245 solicitada por R4 S.A.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º 001014

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

Asunción, 10 SEP 2026

VISTO:

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

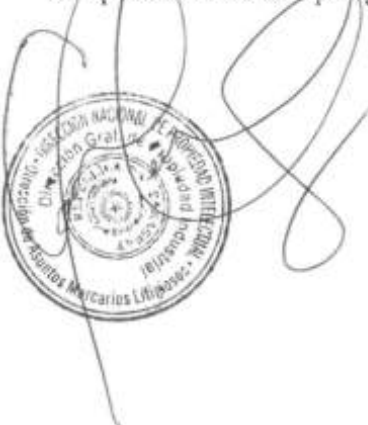
CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca DOLOTIC, solicitada para la clase 05, en base al registro de marca DOLOVIT, 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.I. n.º

001014

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

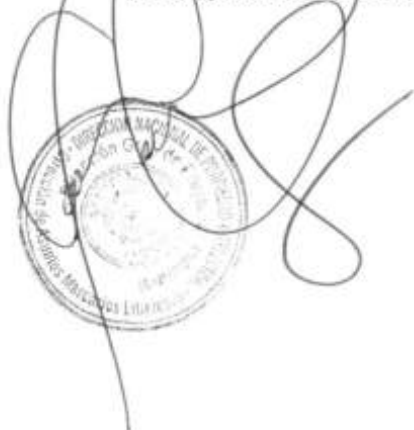
Que, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n.º 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

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, entre las marcas en pugna DOLOTIC (solicitada) y DOLOVIT (oponente), corresponde efectuar el cotejo marcario y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen las marcas y valorando integralmente los elementos que las conforman. En tal sentido, si bien ambas denominaciones presentan coincidencia en su segmento inicial DOLO, dicha circunstancia deberá ser apreciada conjuntamente con los restantes elementos denominativos que integran cada marca, a fin de determinar si existe semejanza susceptible de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, asimismo, conforme surge del escrito de contestación y de la verificación efectuada en el sistema informático de la DINAPI, se advierte la coexistencia, dentro de la Clase 05, de diversas marcas que incorporan elementos denominativos semejantes a los presentes en las marcas enfrentadas, entre ellas DOLO FIN, Registro n.º 534969; DOLO RETARD, Registro n.º 498856; DOLO GALEN, Registro n.º 410700; entre otras, con diferentes titulares. La existencia





Resolución D.A.M.L n.° 001014

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

de dichos antecedentes constituye un elemento de valoración dentro del presente análisis, en cuanto permite advertir la coexistencia de diferentes marcas que incorporan el elemento DOLO dentro de la misma clase, circunstancia que debe ser ponderada conjuntamente con las demás particularidades de las marcas en conflicto.

Que, al efectuar el cotejo marcario y de conjunto de las denominaciones, se advierte que DOLOTIC y DOLOVIT coinciden en la secuencia inicial DOLO. En este sentido, corresponde destacar que el término común DOLO, presente al inicio de ambas estructuras denominativas, constituye una raíz de carácter evocativo y de fuerza distintiva debilitada en la Clase 05, por cuanto, en el ámbito de los productos farmacéuticos, alude directamente al dolor y a la acción de alivio del mismo. En consecuencia, dicha coincidencia no puede ser valorada aisladamente ni puede conferir, por sí sola, un derecho de exclusividad sobre dicho elemento, debiendo el análisis de confundibilidad centrarse en los restantes componentes que integran las denominaciones. Así, a partir del segmento común, las marcas presentan desarrollos diferentes, pues la marca solicitada continúa con TIC, mientras que la marca oponente incorpora VIT, conformando estructuras denominativas diferenciadas. Por tanto, la coincidencia parcial existente debe ser apreciada en función de la impresión que producen ambas marcas consideradas en su totalidad.

Que, al restar el prefijo común debilitado DOLO, se constata una divergencia visual y ortográfica entre los componentes distintivos de las marcas en conflicto. En efecto, el signo solicitado se estructura con el sufijo TIC, mientras que la marca registrada oponente cuenta con la desinencia VIT. En el plano visual, las palabras DOLOTIC y DOLOVIT, si bien poseen idéntica longitud de siete letras, se diferencian sustancialmente por la configuración gráfica de sus letras de cierre. La presencia de las letras T y C en la solicitante frente a las letras V y T en la oponente genera una fisonomía ortográfica diferenciada, impidiendo que el consumidor medio incurra en confusión por un recuerdo imperfecto de las marcas.

Resolución D.A.M.I. n.º

001014

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

Que, en el plano fonético, la articulación de ambos términos genera una rítmica, un timbre y una cadencia acústica diferenciados en su terminación. La denominación solicitada DOLOTIC presenta un cierre en la sílaba final TIC, mientras que la marca oponente DOLOVIT concluye en la sílaba VIT. Esta discrepancia acústica en las sílabas de terminación resulta perceptible para el consumidor medio en los canales habituales de expendio, contribuyendo a descartar la configuración de un riesgo de confusión auditiva.-----

Que, en el plano conceptual, si bien ambos signos comparten la evocación genérica vinculada al dolor debido a la raíz común DOLO, el público consumidor de productos de la Clase 05 se encuentra habituado a la coexistencia en el mercado de múltiples marcas estructuradas sobre dicho elemento debilitado. En este contexto, al percibir las desinencias diferenciadas TIC y VIT, el consumidor podrá asociar cada signo a un origen empresarial independiente y distinguible, descartándose el riesgo de que interprete que DOLOTIC constituye una variante, una extensión de línea o un nuevo desarrollo del mismo titular de la marca registrada DOLOVIT.-----

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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas. -----

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*



Resolución D.A.M.I. n.º

001014

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

capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo una raíz común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales. Esta capacidad es especialmente relevante en la clase 05, donde el uso de prefijos genéricos o descriptivos es común en productos farmacéuticos, y por lo tanto, no debe limitarse al registro de nuevas marcas por la mera coincidencia de estos elementos.-----

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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”-----

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 en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

Que, la marca solicitada 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, 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

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n.º

001014

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

improcedente, consecuentemente, corresponde revocar el Dictamen n° 97/26 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 Y CIA S.A.C.I. contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de la marca DOLOTIC, clase 05, Expediente n° 2258331 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS C.E.I.S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca DOLOTIC, clase 05, Expediente n° 2258331 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ÉTICOS 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.° **001015**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 29.-----

Asunción, **11 SEP 2026**

VISTO:

El expediente caratulado: UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) contra EDUARDO DA SILVA STECA sobre oposición al registro de marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 29, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA, solicitada para la clase 29, en base a la marca RANCHO DE UPISA 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.L n.º **001015**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI 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 R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición RANCHO DE UPISA, 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. °

001015

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 29.-----

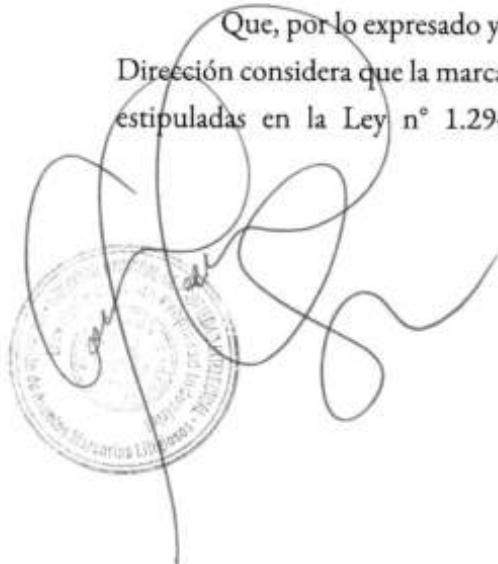
Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.-----

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.°

001015

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 29.

corresponde confirmar el Dictamen n.° 160/26, de la Jefatura de la Segunda 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 UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) contra EDUARDO DA SILVA STECA sobre oposición al registro de marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 29, Expediente n° 2397017 solicitada por EDUARDO DA SILVA STECA.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 29, Expediente n° 2397017 solicitada por EDUARDO DA SILVA STECA.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n. ° **001016**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 44.-----

Asunción, 11 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) contra EDUARDO DA SILVA STECA sobre oposición al registro de marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 44, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA, solicitada para la clase 44, en base a la marca RANCHO DE UPISA 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.º**001016**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 44.-----

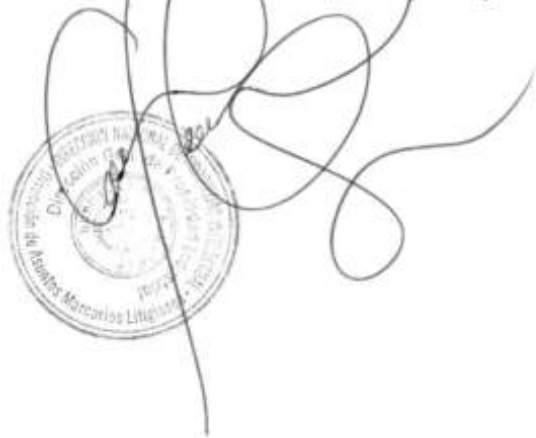
limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

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 R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición RANCHO DE UPISA, 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 **001016**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 44.-----

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.° 001016

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 44.

corresponde confirmar el Dictamen n.° 162/26, de la Jefatura de la Segunda 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 UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) contra EDUARDO DA SILVA STECA sobre oposición al registro de marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 44, Expediente n° 2397036 solicitada por EDUARDO DA SILVA STECA.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 44, Expediente n° 2397036 solicitada por EDUARDO DA SILVA STECA.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L. n.º

001017

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 35.-----

Asunción, 11 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) contra EDUARDO DA SILVA STECA sobre oposición al registro de marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 35, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA, solicitada para la clase 35, en base a la marca RANCHO DE UPISA 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. °

001017

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI 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, 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 R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA se observa a simple vista que la misma es indefectiblemente confundible con la marca base de oposición RANCHO DE UPISA, 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 001017

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 35.-----

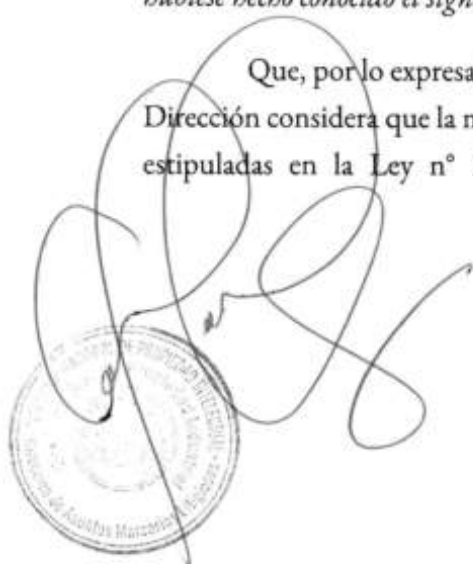
Que, de acuerdo con lo anteriormente expuesto, la declaración de rebeldía no solo otorga validez a los argumentos de la oponente, sino que también refuerza la falta de aptitud de la marca solicitada para su registro.-----

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 **001017**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) CONTRA EDUARDO DA SILVA STECA SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA CLASE 35.-----

corresponde confirmar el Dictamen n.º 161/26, de la Jefatura de la Segunda 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 UNIÓN DE PRODUCTORES DE ITAPÚA S.A. (UPISA) contra EDUARDO DA SILVA STECA sobre oposición al registro de marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 35, Expediente n.º 2397045 solicitada por EDUARDO DA SILVA STECA.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca R C J RANCHO CORDEROS JEJUI Y ETIQUETA clase 35, Expediente n.º 2397045 solicitada por EDUARDO DA SILVA STECA.-----

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



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º 001018

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.-----

Asunción, 11 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CADIEM CASA DE BOLSA S.A. y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. contra SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. sobre oposición al registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 35, y,-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), solicitada para la clase 35, en base a la marca registrada CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO (SLOGAN), en la clase 36, y la marca registrada IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL (SLOGAN), 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.-----

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.I. n.°

001018

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.-----

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, 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, con respecto a la primera oposición fundada en la marca registrada CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO (SLOGAN), Clase 36, frente a la solicitud SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), Clase 35, corresponde señalar que el análisis de confundibilidad debe centrarse en la configuración de las expresiones enfrentadas, atendiendo a la impresión general que producen en el consumidor. En tal sentido, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto de ambas composiciones, ponderando los elementos que las integran y aquellos que permiten diferenciarlas, a fin de determinar si las semejanzas existentes revisten entidad suficiente para generar riesgo de confusión o asociación empresarial.-----

Resolución D.A.M.I. n. °

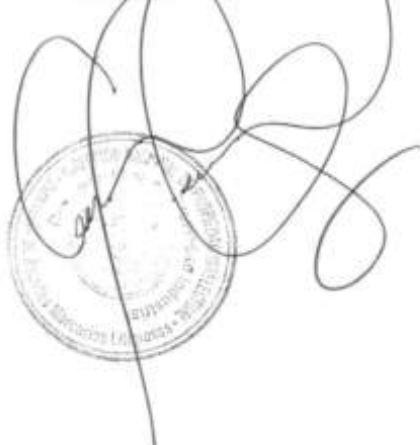
001018

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.-----

Que, en cuanto al aspecto ortográfico y visual, se advierte que ambas composiciones presentan estructuras claramente diferenciadas, aun cuando comparten la palabra CRECIMIENTO. En efecto, la marca oponente se encuentra conformada por la expresión CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO, mientras que la solicitada presenta la composición SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO. La coincidencia se limita a la expresión CRECIMIENTO, ubicada al final de ambas composiciones, mientras que los restantes elementos denominativos presentan diferencias evidentes en su conformación y disposición. Así, la presencia de CADIEM FONDO MUTUO en la oponente y de SUDAMERIS IMPULSÁ TU en la solicitada determina una configuración visual de conjunto claramente diferenciada.-----

Que, desde el punto de vista fonético, la coincidencia en CRECIMIENTO no resulta suficiente para producir una semejanza auditiva relevante entre las denominaciones enfrentadas. En efecto, la sonoridad característica de CADIEM FONDO MUTUO se diferencia de la correspondiente a SUDAMERIS IMPULSÁ TU, por lo que, aun cuando ambas expresiones concluyen con la pronunciación de CRECIMIENTO, la percepción auditiva de cada composición conserva una identidad propia y diferenciada.-----

Que, asimismo, debe tenerse presente que la palabra CRECIMIENTO posee un carácter evocativo, en tanto remite directamente a una idea de desarrollo, incremento o expansión, por lo que presenta una fuerza distintiva limitada. Tal circunstancia determina que su presencia en una composición marcaría no pueda ser considerada, por sí sola, como un elemento apropiable con alcance suficiente para impedir la coexistencia de otras composiciones que incorporen dicho término.-----



Resolución D.A.M.I. n.º**001018**

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.-----

Que, en este sentido, la coincidencia en CRECIMIENTO no puede ser analizada de manera aislada, pues el consumidor no percibirá únicamente dicha expresión, sino la totalidad de cada composición, en la cual adquieren particular relevancia los elementos que la preceden. En la marca oponente, la expresión se encuentra precedida por CADIEM FONDO MUTUO, mientras que en la solicitada se encuentra integrada a la construcción SUDAMERIS IMPULSÁ TU, circunstancia que genera impresiones generales diferentes y permite identificar una procedencia empresarial propia en cada caso.-----

Que, en consecuencia, la presencia de la palabra CRECIMIENTO, considerada conjuntamente con las diferencias existentes en la estructura, extensión, composición y sonoridad de las expresiones enfrentadas, no resulta idónea para generar un riesgo concreto de confusión o asociación empresarial en el público consumidor.-----

Que, en segundo lugar, respecto de la oposición fundada en la marca IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL (SLOGAN), clase 36, frente a la solicitud SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 35, corresponde analizar si la coincidencia en la expresión IMPULSÁ resulta suficiente para generar riesgo de confusión o asociación empresarial. En tal sentido, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto de ambas composiciones, ponderando los elementos que las integran y la impresión general que producen en el consumidor.-----

Que, en cuanto al aspecto ortográfico y visual, se observa que las composiciones presentan diferencias manifiestas en su extensión, estructura y disposición de los elementos denominativos. La marca oponente se configura como una frase extensa, integrada por IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO



Resolución D.A.M.I. n.° 001018

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.-----

CONTINENTAL, mientras que la solicitada se presenta como SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO. Si bien ambas incorporan la expresión IMPULSÁ, esta se encuentra inserta en construcciones sustancialmente diferentes y acompañada por elementos que modifican de manera significativa la percepción de cada conjunto.-----

Que, desde el punto de vista fonético, la pronunciación de IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL difiere de la correspondiente a SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO, generándose una percepción auditiva diferenciada entre ambas denominaciones.-----

Que, asimismo, corresponde valorar la naturaleza de la expresión IMPULSÁ dentro de las composiciones enfrentadas. Se trata de una expresión verbal de carácter evocativo, vinculada con las ideas de estímulo, incentivo o promoción, por lo que presenta una fuerza distintiva limitada. Por ello, su presencia en ambas composiciones no puede, por sí sola, conferir un ámbito de exclusividad que impida su utilización en construcciones marcarias diferentes.-----

Que, en tal sentido, adquieren especial relevancia las expresiones SUDAMERIS y BANCO CONTINENTAL, en tanto contribuyen a individualizar las respectivas composiciones. La presencia de SUDAMERIS en la marca solicitada le confiere una identificación empresarial propia, mientras que BANCO CONTINENTAL constituye un elemento diferenciador dentro de la composición oponente, permitiendo distinguir ambas construcciones marcarias y atribuirles una procedencia empresarial diferenciada.-----

Que, valoradas las composiciones en su conjunto y considerando la limitada fuerza distintiva de la expresión IMPULSÁ, las diferencias existentes entre los restantes elementos que





Resolución D.A.M.L. n.º **001018**

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.-----

las integran resultan suficientes para descartar un riesgo concreto de confusión o asociación empresarial en el mercado.-----

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 elementos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo un elemento común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales”*.-----

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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”*² -----

Que se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de las marcas oponentes, por lo que esta dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.I. n.º **001018**

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.-----

Que, la marca solicitada 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, 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 las oposiciones deducidas devienen improcedentes, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 01/26 emitido por la jefatura de Segunda Sala y no hacer lugar a las oposiciones deducidas por corresponder así en derecho.-----

Por tanto,

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

Artículo 1.- DECLARAR improcedentes y no hacer lugar a las acciones deducidas por CADIEM CASA DE BOLSA S.A. y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. contra SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. sobre oposición al registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 35, Expediente n° 2518146 solicitada por SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marea SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 35, Expediente n° 2518146 solicitada por SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A.-----





Resolución D.A.M.L n.° **001018**

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 35.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.

ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n. °

001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

Asunción, 11 SEP 2026

VISTO:

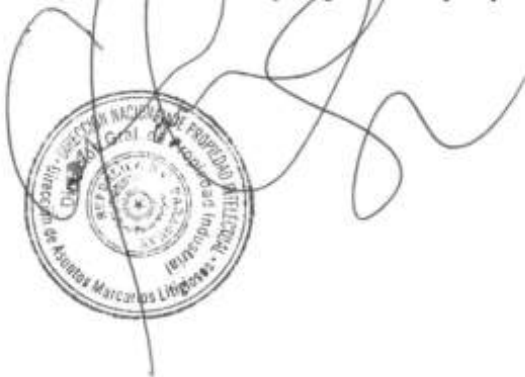
El expediente caratulado: CADIEM CASA DE BOLSA S.A. y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. contra SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. sobre oposición al registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 16, y,-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), solicitada para la clase 16, en base a la marca registrada CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO (SLOGAN), en la clase 36, y la marca registrada IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL (SLOGAN), 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. -----

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

001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

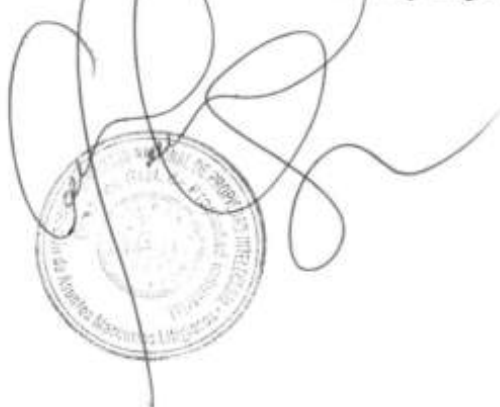
Que, tal como lo expresa el Art. 1 de la Ley n° 1.294/98, las marcas son signos que sirven para distinguir productos o servicios. Sin embargo, se encuentran reguladas en la propia legislación marcaria, ciertas restricciones para el registro de una marca; es decir, dichas limitaciones a la hora de considerar la viabilidad del registro marcario se encuentran para precautelar otros derechos o intereses, tan válidos como el derecho a constituir una marca. -----

Que, 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, con respecto a la primera oposición fundada en la marca registrada CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO (SLOGAN), Clase 36, frente a la solicitud SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), Clase 16, corresponde señalar que el análisis de confundibilidad debe centrarse en la configuración de las expresiones enfrentadas, atendiendo a la impresión general que producen en el consumidor. En tal sentido, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto de ambas composiciones, ponderando los elementos que las integran y aquellos que permiten diferenciarlas, a fin de determinar si las semejanzas existentes revisten entidad suficiente para generar riesgo de confusión o asociación empresarial.-----





Resolución D.A.M.L n.° 001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

Que, en cuanto al aspecto ortográfico y visual, se advierte que ambas composiciones presentan estructuras claramente diferenciadas, aun cuando comparten la palabra CRECIMIENTO. En efecto, la marca oponente se encuentra conformada por la expresión CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO, mientras que la solicitada presenta la composición SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO. La coincidencia se limita a la expresión CRECIMIENTO, ubicada al final de ambas composiciones, mientras que los restantes elementos denominativos presentan diferencias evidentes en su conformación y disposición. Así, la presencia de CADIEM FONDO MUTUO en la oponente y de SUDAMERIS IMPULSÁ TU en la solicitada determina una configuración visual de conjunto claramente diferenciada.-----

Que, desde el punto de vista fonético, la coincidencia en CRECIMIENTO no resulta suficiente para producir una semejanza auditiva relevante entre las denominaciones enfrentadas. En efecto, la sonoridad característica de CADIEM FONDO MUTUO se diferencia de la correspondiente a SUDAMERIS IMPULSÁ TU, por lo que, aun cuando ambas expresiones concluyen con la pronunciación de CRECIMIENTO, la percepción auditiva de cada composición conserva una identidad propia y diferenciada.-----

Que, en este sentido, la coincidencia en CRECIMIENTO no puede ser analizada de manera aislada, pues el consumidor no percibirá únicamente dicha expresión, sino la totalidad de cada composición, en la cual adquieren particular relevancia los elementos que la preceden. En la marca oponente, la expresión se encuentra precedida por CADIEM FONDO MUTUO, mientras que en la solicitada se encuentra integrada a la construcción SUDAMERIS IMPULSÁ TU, circunstancia que genera impresiones generales diferentes y permite identificar una procedencia empresarial propia en cada caso.-----



Resolución D.A.M.L n.°

001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

Que, en este sentido, la coincidencia en CRECIMIENTO no puede ser analizada de manera aislada, pues el consumidor no percibirá únicamente dicha expresión, sino la totalidad de cada composición, en la cual adquieren particular relevancia los elementos que la preceden. En la marca oponente, la expresión se encuentra precedida por CADIEM FONDO MUTUO, mientras que en la solicitada se encuentra integrada a la construcción SUDAMERIS IMPULSÁ TU, circunstancia que genera impresiones generales diferentes y permite identificar una procedencia empresarial propia en cada caso.-----

Que, en consecuencia, la presencia de la palabra CRECIMIENTO, considerada conjuntamente con las diferencias existentes en la estructura, extensión, composición y sonoridad de las expresiones enfrentadas, no resulta idónea para generar un riesgo concreto de confusión o asociación empresarial en el público consumidor.-----

Que, en segundo lugar, respecto de la oposición fundada en la marca IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL (SLOGAN), clase 36, frente a la solicitud SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 16, corresponde analizar si la coincidencia en la expresión IMPULSÁ resulta suficiente para generar riesgo de confusión o asociación empresarial. En tal sentido, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto de ambas composiciones, ponderando los elementos que las integran y la impresión general que producen en el consumidor.-----

Que, en cuanto al aspecto ortográfico y visual, se observa que las composiciones presentan diferencias manifiestas en su extensión, estructura y disposición de los elementos denominativos. La marca oponente se configura como una frase extensa, integrada por IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO



Resolución D.A.M.L n.º 001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

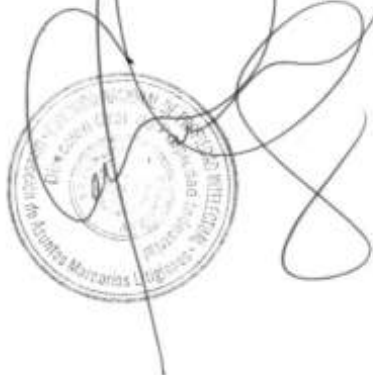
CONTINENTAL, mientras que la solicitada se presenta como SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO. Si bien ambas incorporan la expresión IMPULSÁ, esta se encuentra inserta en construcciones sustancialmente diferentes y acompañada por elementos que modifican de manera significativa la percepción de cada conjunto.-----

Que, desde el punto de vista fonético, la pronunciación de IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL difiere de la correspondiente a SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO, generándose una percepción auditiva diferenciada entre ambas denominaciones.-----

Que, asimismo, corresponde valorar la naturaleza de la expresión IMPULSÁ dentro de las composiciones enfrentadas. Se trata de una expresión verbal de carácter evocativo, vinculada con las ideas de estímulo, incentivo o promoción, por lo que presenta una fuerza distintiva limitada. Por ello, su presencia en ambas composiciones no puede, por sí sola, conferir un ámbito de exclusividad que impida su utilización en construcciones marcarias diferentes.-----

Que, en tal sentido, adquieren especial relevancia las expresiones SUDAMERIS y BANCO CONTINENTAL, en tanto contribuyen a individualizar las respectivas composiciones. La presencia de SUDAMERIS en la marca solicitada le confiere una identificación empresarial propia, mientras que BANCO CONTINENTAL constituye un elemento diferenciador dentro de la composición oponente, permitiendo distinguir ambas construcciones marcarias y atribuirles una procedencia empresarial diferenciada.-----

Que, valoradas las composiciones en su conjunto y considerando la limitada fuerza distintiva de la expresión IMPULSÁ, las diferencias existentes entre los restantes elementos que



Resolución D.A.M.L n.º 001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

las integran resultan suficientes para descartar un riesgo concreto de confusión o asociación empresarial en el mercado.-----

Que, en atención a lo expuesto, y conforme al principio de especialidad que rige en materia marcaria, corresponde considerar que la protección conferida por los registros oponentes de la Clase 36 se encuentra limitada a los servicios específicamente comprendidos en sus respectivas coberturas, vinculados, en un caso, con servicios de recaudación de fondos de beneficencia, fondos de previsión y fondos mutuos de inversión, y, en el otro, con servicios de seguros, financieros, bancarios, crediticios, monetarios y de fondos mutuos de inversión, mientras que la solicitud SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO corresponde a productos de la Clase 16. En consecuencia, la diferente naturaleza y finalidad de las respectivas coberturas, sumada a las diferencias ortográficas, visuales y fonéticas advertidas y a la limitada fuerza distintiva de las expresiones CRECIMIENTO e IMPULSÁ, resulta suficiente para descartar la existencia de un riesgo concreto de confusión o asociación empresarial entre las marcas enfrentadas.-----

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 elementos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo un elemento común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales”*.-----

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*

Resolución D.A.M.L n. °

001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

arreglo a su visión en 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”² -----

Que se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de las marcas oponentes, por lo que esta dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, la marca solicitada 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, 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 las oposiciones deducidas devienen improcedentes, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 03/26 emitido por la jefatura de Segunda Sala y no hacer lugar a las oposiciones deducidas por corresponder así en derecho.-----

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

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n.º

001019

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 16.-----

Artículo 1.- DECLARAR improcedentes y no hacer lugar a las acciones deducidas por CADIEM CASA DE BOLSA S.A. y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. contra SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. sobre oposición al registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 16, Expediente n° 2518077 solicitada por SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 16, Expediente n° 2518077 solicitada por SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A.-----

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

ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.º 001020

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 36.-----

Asunción, 11 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: CADIEM CASA DE BOLSA S.A. y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. contra SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. sobre oposición al registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 36, y,-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), solicitada para la clase 36, en base a la marca registrada CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO (SLOGAN), en la clase 36, y la marca registrada IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL (SLOGAN), 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.-----

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

001020

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 36.-----

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, 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, con respecto a la primera oposición fundada en la marca registrada CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO (SLOGAN) frente a la solicitud SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), corresponde señalar que ambas composiciones se encuentran comprendidas en la Clase 36, por lo que el análisis de confundibilidad debe centrarse en la configuración de las expresiones enfrentadas, atendiendo a la impresión general que producen en el consumidor. En tal sentido, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto de ambas composiciones, ponderando los elementos coincidentes y aquellos que permiten diferenciarlas, a fin de determinar si las semejanzas existentes revisten entidad suficiente para generar riesgo de confusión o asociación empresarial.-----



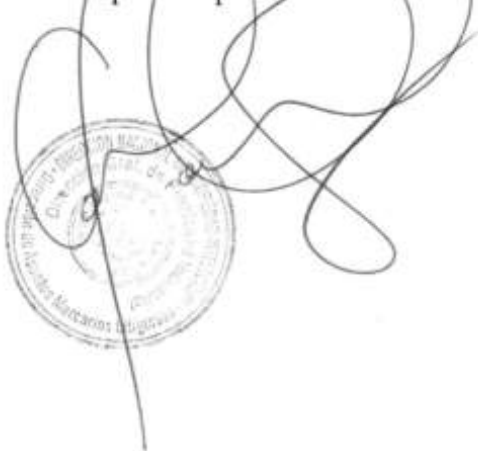
Resolución D.A.M.L n.º **001020**

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 36.-----

Que, en cuanto al aspecto ortográfico y visual, se advierte que ambas composiciones presentan estructuras claramente diferenciadas, aun cuando comparten la palabra CRECIMIENTO. En efecto, la marca oponente se encuentra conformada por la expresión CADIEM FONDO MUTUO CRECIMIENTO, mientras que la solicitada presenta la composición SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO. La coincidencia se limita a la expresión CRECIMIENTO, ubicada al final de ambas composiciones, mientras que los restantes elementos denominativos presentan diferencias evidentes en su conformación y disposición. Así, la presencia de CADIEM FONDO MUTUO en la oponente y de SUDAMERIS IMPULSÁ TU en la solicitada determina una configuración visual de conjunto claramente diferenciada.-----

Que, desde el punto de vista fonético, la coincidencia en CRECIMIENTO no resulta suficiente para producir una semejanza auditiva relevante entre las denominaciones enfrentadas. En efecto, la sonoridad característica de CADIEM FONDO MUTUO se diferencia de la correspondiente a SUDAMERIS IMPULSÁ TU, por lo que, aun cuando ambas expresiones concluyen con la pronunciación de CRECIMIENTO, la percepción auditiva de cada composición conserva una identidad propia y diferenciada.-----

Que, asimismo, debe tenerse presente que la palabra CRECIMIENTO, considerada en relación con los servicios financieros que distinguen ambas composiciones, posee un carácter evocativo, en tanto remite directamente a una idea de desarrollo, incremento o expansión económica y patrimonial. Tal circunstancia determina que su fuerza distintiva sea limitada y que su presencia en una composición marcaría no pueda ser considerada, por sí sola, como un elemento apropiado con alcance suficiente para impedir la coexistencia de otras composiciones que incorporen dicho término.-----



Resolución D.A.M.L n. ° 001020

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 36.-----

Que, en este sentido, la coincidencia en CRECIMIENTO no puede ser analizada de manera aislada, pues el consumidor no percibirá únicamente dicha expresión, sino la totalidad de cada composición, en la cual adquieren particular relevancia los elementos que la preceden. En la marca oponente, la expresión se encuentra precedida por CADIEM FONDO MUTUO, mientras que en la solicitada se encuentra integrada a la construcción SUDAMERIS IMPULSÁ TU, circunstancia que genera impresiones generales diferentes y permite identificar una procedencia empresarial propia en cada caso.-----

Que, en consecuencia, la presencia de la palabra CRECIMIENTO, considerada conjuntamente con las diferencias existentes en la estructura, extensión, composición y sonoridad de las expresiones enfrentadas, no resulta idónea para generar un riesgo concreto de confusión o asociación empresarial en el público consumidor.-----

Que, en segundo lugar, respecto de la oposición fundada en la marca IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL (SLOGAN) frente a la solicitud SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), corresponde analizar si la coincidencia en la expresión IMPULSÁ resulta suficiente para generar riesgo de confusión o asociación empresarial. En cuanto al aspecto ortográfico y visual, se observa que las composiciones presentan diferencias manifiestas en su extensión, estructura y disposición de los elementos denominativos. La marca oponente se configura como una frase extensa, integrada por IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL, mientras que la solicitada se presenta como SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO. Si bien ambas incorporan la expresión IMPULSÁ, esta se encuentra inserta en construcciones sustancialmente diferentes y acompañada por elementos que modifican de manera significativa la percepción de cada conjunto.-----



Resolución D.A.M.L n.º 001020

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 36.-----

Que, desde el punto de vista fonético, la pronunciación de IMPULSÁ LA GRANDEZA DE TU EMPRENDIMIENTO CON EL BANCO CONTINENTAL difiere de la correspondiente a SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO, generándose una percepción auditiva diferenciada entre ambas denominaciones.-----

Que, asimismo, corresponde valorar la naturaleza de la expresión IMPULSÁ dentro de las composiciones enfrentadas. Se trata de una expresión verbal de carácter evocativo, vinculada con las ideas de estímulo, incentivo o promoción, por lo que, utilizada en slogans relacionados con servicios financieros, presenta una fuerza distintiva limitada. Por ello, su presencia en ambas composiciones no puede, por sí sola, conferir un ámbito de exclusividad que impida su utilización en construcciones marcarias diferentes.-----

Que, en tal sentido, adquieren especial relevancia las expresiones SUDAMERIS y BANCO CONTINENTAL, en tanto contribuyen a individualizar las respectivas composiciones. La presencia de SUDAMERIS en la marca solicitada le confiere una identificación empresarial propia, mientras que BANCO CONTINENTAL constituye un elemento diferenciador dentro de la composición oponente permitiendo distinguir ambas construcciones marcarias y atribuirles una procedencia empresarial diferenciada.-----

Que, valoradas las composiciones en su conjunto y considerando la limitada fuerza distintiva de la expresión IMPULSÁ, las diferencias existentes entre los restantes elementos que las integran resultan suficientes para descartar un riesgo concreto de confusión o asociación empresarial en el mercado.-----





Resolución D.A.M.L n.º 001020

POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 36.-----

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 elementos comunes a varias marcas no son, en principio, suficientes para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre signos que, aun compartiendo un elemento común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales”*.-----

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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”*² -----

Que se puede notar que la solicitud de registro es un signo registrable y totalmente distinguible de las marcas oponentes, por lo que esta dirección considera que la presente solicitud de registro no se halla incurso en las causales prohibitivas de registro estipuladas en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad.-----

Que, la marca solicitada 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.-----

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.



Resolución D.A.M.L n.º

001020
POR LA CUAL SE DECLARAN IMPROCEDENTES Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDA POR CADIEM CASA DE BOLSA S.A. Y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. CONTRA SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), CLASE 36.-----

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 las oposiciones deducidas devienen improcedentes, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 02/26 emitido por la jefatura de Segunda Sala y no hacer lugar a las oposiciones deducidas por corresponder así en derecho.-----

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

Artículo 1.- DECLARAR improcedentes y no hacer lugar a las acciones deducidas por CADIEM CASA DE BOLSA S.A. y BANCO CONTINENTAL S.A.E.C.A. contra SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A. sobre oposición al registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 36, Expediente n° 2518153 solicitada por SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca SUDAMERIS IMPULSÁ TU CRECIMIENTO (SLOGAN), clase 36, Expediente n° 2518153 solicitada por SUDAMERIS BANK S.A.E.C.A.-----

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



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.° **001021**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 30.-----

Asunción,

11 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) contra ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. sobre oposición al registro de la marca MADURITOS, clase 30, y,-----

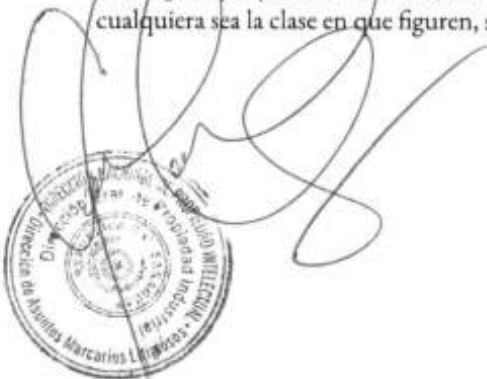
CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca MADURITOS, solicitada para la clase 29, en base al registro de marca NATUCHIPS, en la clase 30, 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 **001021**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 30.-----

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, entre las marcas en pugna MADURITOS (solicitada) y NATUCHIPS (oponente), ambas destinadas a distinguir productos de la Clase 30, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen las denominaciones enfrentadas y sin efectuar desmembraciones artificiales de sus elementos. En tal sentido, la determinación de confundibilidad exige ponderar integralmente las semejanzas y diferencias existentes entre los signos, conjuntamente con la naturaleza y relación de los productos que pretenden distinguir, a fin de establecer si tales circunstancias resultan susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, desde el aspecto gráfico y ortográfico, MADURITOS y NATUCHIPS presentan una conformación claramente diferenciable. La denominación solicitada se encuentra integrada por nueve letras y responde a la estructura MA-DU-RI-TOS, mientras que la marca oponente está compuesta por nueve letras y presenta la estructura NA-TU-CHIPS. Si bien ambas

Resolución D.A.M.L n.° **001021**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 30.-----

denominaciones poseen igual cantidad de letras, no existe coincidencia en su secuencia denominativa ni en la conformación de sus respectivos segmentos. En efecto, MADURITOS se caracteriza por la sucesión de las letras M-A-D-U-R-I-T-O-S, mientras que NATUCHIPS presenta N-A-T-U-C-H-I-P-S, observándose diferencias sustanciales desde sus elementos iniciales, intermedios y finales. La distinta combinación de vocales y consonantes, así como la presencia de los grupos R-I-T-O en la solicitada y C-H-I-P en la oponente, determina una fisonomía visual propia para cada denominación. En consecuencia, desde el plano gráfico y ortográfico, las marcas enfrentadas pueden ser percibidas e individualizadas de manera independiente.-----

Que, en cuanto al aspecto fonético, también se advierten diferencias suficientes entre MADURITOS y NATUCHIPS. La primera presenta una secuencia sonora claramente diferenciada de la segunda, cuya pronunciación responde a una estructura distinta. La sílaba inicial MA de MADURITOS no coincide con NA de NATUCHIPS, mientras que las respectivas secuencias posteriores generan ritmos y sonoridades diferentes. Asimismo, la presencia del sonido R y la terminación TOS en MADURITOS contrastan con la sonoridad característica de CHIPS en NATUCHIPS. Por consiguiente, aun cuando puedan advertirse determinadas coincidencias aisladas, la impresión auditiva de conjunto no resulta coincidente ni presenta una intensidad suficiente para inducir al consumidor a confundir ambas denominaciones.-----

Que, desde el aspecto conceptual, la denominación MADURITOS presenta una evocación vinculada con la idea de madurez. En este punto, la parte oponente sostiene que dicha expresión constituye el diminutivo de maduro y que, aplicada a productos alimenticios, alude particularmente al plátano maduro utilizado en determinados snacks comercializados bajo NATUCHIPS. Al respecto, si bien tal asociación conceptual puede ser reconocida, la misma no determina una equivalencia entre las denominaciones enfrentadas, toda vez que NATUCHIPS

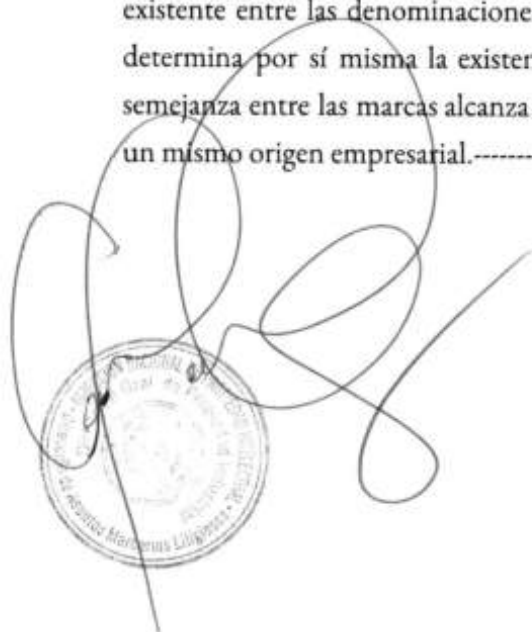
Resolución D.A.M.L n.º 001021

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 30.-----

constituye una composición marcaria distinta, en la que el elemento CHIPS remite al tipo o presentación de determinados productos alimenticios, mientras que NATU conforma el elemento característico de la denominación. Por consiguiente, la evocación vinculada con el plátano maduro no resulta suficiente, por sí sola, para establecer semejanza conceptual entre MADURITOS y NATUCHIPS.-----

Que, a mayor abundamiento, cabe considerar lo manifestado por la parte solicitante respecto de la existencia de antecedentes de la denominación MADURITOS a su nombre en otros territorios, entre ellos Uruguay y Canadá. Al respecto, efectuada la correspondiente verificación en la base de datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), se corroboró la existencia de solicitudes y/o registros de la denominación MADURITOS a nombre de ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC., para productos comprendidos en las Clases 29 y 30. Si bien tales antecedentes extranjeros no resultan vinculantes para el examen de registrabilidad en el territorio nacional, constituyen un elemento adicional de valoración dentro del análisis del presente caso.-----

Que, en cuanto a la relación entre los productos, ambas marcas se encuentran destinadas a distinguir todos los productos comprendidos en la Clase 30, verificándose, por tanto, identidad en cuanto a su ámbito de protección. Esta circunstancia constituye un factor relevante en el análisis de confundibilidad y debe ser ponderada conjuntamente con el grado de semejanza existente entre las denominaciones enfrentadas. No obstante, la identidad de los productos no determina por sí misma la existencia de riesgo de confusión, pues corresponde establecer si la semejanza entre las marcas alcanza una entidad suficiente para inducir al consumidor a atribuirles un mismo origen empresarial.-----



Resolución D.A.M.L n.°

001021

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 30.-----

Que, en consecuencia, si bien se verifica identidad en cuanto a los productos protegidos y una determinada vinculación conceptual derivada de la posibilidad de que MADURITOS evoque el plátano maduro, las diferencias advertidas entre MADURITOS y NATUCHIPS permiten establecer una clara diferenciación entre ambas denominaciones. Apreciadas las marcas de manera sucesiva y en su conjunto, las características propias de cada composición resultan suficientes para su individualización por parte del público consumidor, sin que las coincidencias señaladas alcancen entidad suficiente para generar riesgo de confusión o asociación, resultando viable su coexistencia pacífica en el mercado.-----

Que, al respecto, la doctrina mas 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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas. -----

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. Esta capacidad resulta especialmente relevante en el presente caso, en el que, pese a la identidad de los productos comprendidos en la Clase 30, las diferencias existentes entre las denominaciones permiten al consumidor distinguirlas adecuadamente.*-----



Resolución D.A.M.L n.° ~~001021~~

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 30.-----

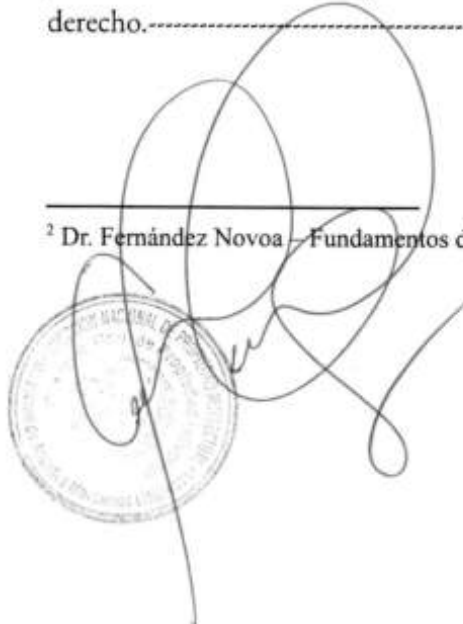
Que, así también el Dr. Fernández Novoa, menciona: *“Una de las reglas más frecuentemente requeridas por el Tribunal supremo es que las marcas han de ser analizadas con arreglo a su visión en conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un lugar preferente el que propugna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

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 en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

Que, la marca solicitada 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, 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° 588/26 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho. -----

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.



Resolución D.A.M.L n.º **001021**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 30.-----

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

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) contra ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. sobre oposición al registro de la marca MADURITOS, clase 30, Expediente n° 2476661 solicitada por ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca MADURITOS, clase 29, Expediente n° 2476661 solicitada por ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC.-----

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



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º 001022

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 29,-----

Asunción, 11 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) contra ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. sobre oposición al registro de la marca MADURITOS, clase 29, y,-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca MADURITOS, solicitada para la clase 29, en base al registro de marca NATUCHIPS, en la clase 29, 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 **001022**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, 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, 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, entre las marcas en pugna MADURITOS (solicitada) y NATUCHIPS (oponente), ambas destinadas a distinguir productos de la Clase 29, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen las denominaciones enfrentadas y sin efectuar desmembraciones artificiales de sus elementos. En tal sentido, la determinación de confundibilidad exige ponderar integralmente las semejanzas y diferencias existentes entre los signos, conjuntamente con la naturaleza y relación de los productos que pretenden distinguir, a fin de establecer si tales circunstancias resultan susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, desde el aspecto gráfico y ortográfico, MADURITOS y NATUCHIPS presentan una conformación claramente diferenciable. La denominación solicitada se encuentra integrada por nueve letras y responde a la estructura MA-DU-RI-TOS, mientras que la marca oponente está compuesta por nueve letras y presenta la estructura NA-TU-CHIPS. Si bien ambas



Resolución D.A.M.I. n.º 001022

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 29.-----

denominaciones poseen igual cantidad de letras, no existe coincidencia en su secuencia denominativa ni en la conformación de sus respectivos segmentos. En efecto, MADURITOS se caracteriza por la sucesión de las letras M-A-D-U-R-I-T-O-S, mientras que NATUCHIPS presenta N-A-T-U-C-H-I-P-S, observándose diferencias sustanciales desde sus elementos iniciales, intermedios y finales. La distinta combinación de vocales y consonantes, así como la presencia de los grupos R-I-T-O en la solicitada y C-H-I-P en la oponente, determina una fisonomía visual propia para cada denominación. En consecuencia, desde el plano gráfico y ortográfico, las marcas enfrentadas pueden ser percibidas e individualizadas de manera independiente.-----

Que, en cuanto al aspecto fonético, también se advierten diferencias suficientes entre MADURITOS y NATUCHIPS. La primera presenta una secuencia sonora claramente diferenciada de la segunda, cuya pronunciación responde a una estructura distinta. La sílaba inicial MA de MADURITOS no coincide con NA de NATUCHIPS, mientras que las respectivas secuencias posteriores generan ritmos y sonoridades diferentes. Asimismo, la presencia del sonido R y la terminación TOS en MADURITOS contrastan con la sonoridad característica de CHIPS en NATUCHIPS. Por consiguiente, aun cuando puedan advertirse determinadas coincidencias aisladas, la impresión auditiva de conjunto no resulta coincidente ni presenta una intensidad suficiente para inducir al consumidor a confundir ambas denominaciones.-----

Que, desde el aspecto conceptual, la denominación MADURITOS presenta una evocación vinculada con la idea de madurez. En este punto, la parte oponente sostiene que dicha expresión constituye el diminutivo de maduro y que, aplicada a productos alimenticios, alude particularmente al plátano maduro utilizado en determinados snacks comercializados bajo NATUCHIPS. Al respecto, si bien tal asociación conceptual puede ser reconocida, la misma no determina una equivalencia entre las denominaciones enfrentadas, toda vez que NATUCHIPS



Resolución D.A.M.L n.º

001022

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 29.-----

constituye una composición marcaria distinta, en la que el elemento CHIPS remite al tipo o presentación de determinados productos alimenticios, mientras que NATU conforma el elemento característico de la denominación. Por consiguiente, la evocación vinculada con el plátano maduro no resulta suficiente, por sí sola, para establecer semejanza conceptual entre MADURITOS y NATUCHIPS.-----

Que, a mayor abundamiento, cabe considerar lo manifestado por la parte solicitante respecto de la existencia de antecedentes de la denominación MADURITOS a su nombre en otros territorios, entre ellos Uruguay y Canadá. Al respecto, efectuada la correspondiente verificación en la base de datos de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), se corroboró la existencia de solicitudes y/o registros de la denominación MADURITOS a nombre de ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC., para productos comprendidos en las Clases 29 y 30. Si bien tales antecedentes extranjeros no resultan vinculantes para el examen de registrabilidad en el territorio nacional, constituyen un elemento adicional de valoración dentro del análisis del presente caso.-----

Que, en cuanto a la relación entre los productos, ambas marcas se encuentran destinadas a distinguir todos los productos comprendidos en la Clase 29, verificándose, por tanto, identidad en cuanto a su ámbito de protección. Esta circunstancia constituye un factor relevante en el análisis de confundibilidad y debe ser ponderada conjuntamente con el grado de semejanza existente entre las denominaciones enfrentadas. No obstante, la identidad de los productos no determina por sí misma la existencia de riesgo de confusión, pues corresponde establecer si la semejanza entre las marcas alcanza una entidad suficiente para inducir al consumidor a atribuirles un mismo origen empresarial.-----



Resolución D.A.M.L n. °

001022

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 29.-----

Que, en consecuencia, si bien se verifica identidad en cuanto a los productos protegidos y una determinada vinculación conceptual derivada de la posibilidad de que MADURITOS evoque el plátano maduro, las diferencias advertidas entre MADURITOS y NATUCHIPS permiten establecer una clara diferenciación entre ambas denominaciones. Apreciadas las marcas de manera sucesiva y en su conjunto, las características propias de cada composición resultan suficientes para su individualización por parte del público consumidor, sin que las coincidencias señaladas alcancen entidad suficiente para generar riesgo de confusión o asociación, resultando viable su coexistencia pacífica en el mercado.-----

Que, al respecto, la doctrina mas 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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas. -----

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. Esta capacidad resulta especialmente relevante en el presente caso, en el que, pese a la identidad de los productos comprendidos en la Clase 29, las diferencias existentes entre las denominaciones permiten al consumidor distinguirlas adecuadamente.*-----



Resolución D.A.M.L n.º

001022

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 29.-----

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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”*² -----

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 en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

Que, la marca solicitada 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, 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° 587/26 emitido por la jefatura de Primera Sala y no hacer lugar a la oposición deducida por corresponder así en derecho. -----

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.

Resolución D.A.M.L n. °

001022

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) CONTRA ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA MADURITOS, CLASE 29.-----

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

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por PEPSICO, INC. (NORTH CAROLINA CORPORATION) contra ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC. sobre oposición al registro de la marca MADURITOS, clase 29, Expediente n° 2476551 solicitada por ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca MADURITOS, clase 29, Expediente n° 2476551 solicitada por ADVANCED TOTAL MARKETING SYSTEMS, INC.-----

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


ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ
Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.º **001023**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A. CONTRA H3 AGROCHEMICALS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ZETAMAX H3, CLASE 05.-----

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

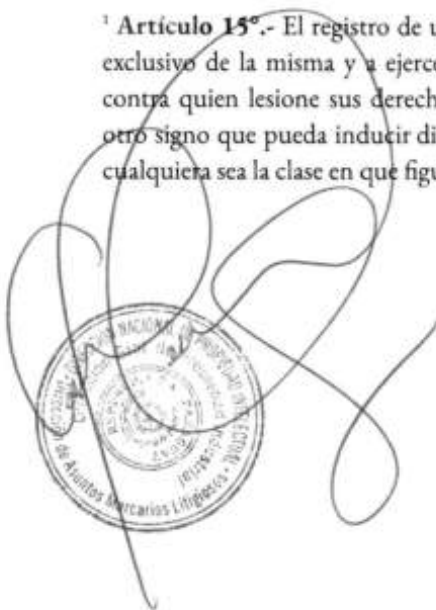
El expediente caratulado: SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A., contra H3 AGROCHEMICALS sobre oposición al registro de marca "ZETAMAX H3" clase 05, y;-----

CONSIDERANDO:

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.° 001023

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A. CONTRA H3 AGROCHEMICALS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ZETAMAX H3, CLASE 05.-----

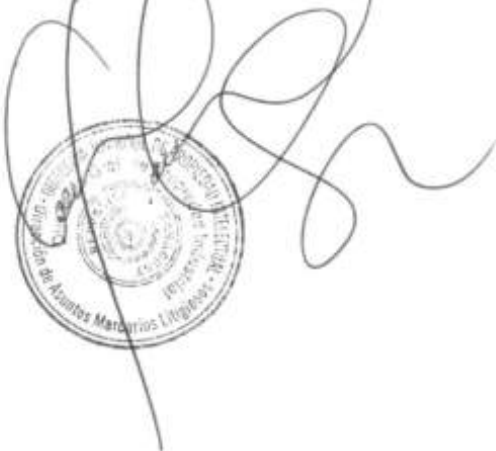
Que, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos, tratándose de marcas notoriamente conocidas, corresponde valorar la posibilidad de afectación de los intereses de su titular aun cuando los productos o servicios pertenezcan a clases diferentes. Asimismo, señalan que no resulta indispensable acreditar la existencia de un daño económico efectivo, siendo suficiente demostrar la probabilidad de su ocurrencia o la existencia de un riesgo razonable de perjuicio.-----

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, corresponde a esta Dirección resolver sobre la procedencia o no del recurso interpuesto, con el consecuente análisis de la coexistencia o no entre la marca "ZETAMAX H3", solicitada en la Clase 05, y la marca "ZETHAMAXX", invocada por la parte oponente, de origen extranjero en la clase 05.-----

Que, en el presente caso, la marca "ZETHAMAXX", de origen extranjero, cuenta con registros concedidos en Argentina, Brasil, Colombia y Uruguay, circunstancias que deben ser ponderadas al determinar el alcance de la protección del signo, especialmente ante la elevada semejanza existente con la denominación "ZETAMAX H3" pretendida en el territorio nacional.





Resolución D.A.M.L. n.º **001023**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A. CONTRA H3 AGROCHEMICALS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ZETAMAX H3, CLASE 05.-----

Asimismo, la marca oponente cuenta con solicitudes de registro en Bolivia y Paraguay, lo que evidencia la intención de su titular de extender la protección de la marca dentro del ámbito regional. Tales antecedentes, valorados conjuntamente con la semejanza existente entre las denominaciones, resultan relevantes para el análisis de confundibilidad.-----

Que, al pretenderse registrar la denominación ZETAMAX H3 para productos de la Clase 05, comprendidos entre otros en "*productos para eliminar animales dañinos, fungicidas, herbicidas, insecticidas, pesticidas y productos para eliminar las malas hierbas*", se advierte un riesgo de confusión o asociación en el público consumidor respecto de la marca ZETHAMAXX, atendiendo a la elevada semejanza existente entre ambas denominaciones y a la coincidencia en la naturaleza de los productos. En efecto, la proximidad ortográfica y fonética derivada de la estructura ZETA/ZETHA seguida de "MAX/MAXX", unida a la pertenencia a la misma clase, resulta susceptible de inducir al consumidor nacional a considerar que los productos distinguidos por la marca solicitada cuentan con algún vínculo, autorización, licencia, distribución o relación comercial con el titular de la marca extranjera ZETHAMAXX.-----

Que, por otra parte, la utilización de una denominación altamente semejante por un tercero para distinguir productos comprendidos en la misma Clase 05 puede afectar el carácter distintivo de la marca oponente, al permitir que una estructura denominativa prácticamente coincidente sea empleada para identificar productos pertenecientes al mismo ámbito comercial. Esta circunstancia adquiere particular relevancia en el presente caso, en atención a la existencia de registros de la marca "ZETHAMAXX" en diversos países de la región y a las solicitudes de registro efectuadas por su titular en otros países, entre ellos Paraguay, elementos que, considerados conjuntamente con la elevada semejanza denominativa y la coincidencia en la





Resolución D.A.M.L n.º **001023**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A. CONTRA H3 AGROCHEMICALS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ZETAMAX H3, CLASE 05.-----

naturaleza de los productos, incrementan la posibilidad de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, la adopción de una denominación altamente semejante a la marca "ZETHAMAXX" para amparar productos de la misma clase y vinculados al mismo ámbito comercial resulta susceptible de generar una asociación indebida respecto de su origen empresarial. En efecto, al utilizar un signo que reproduce los elementos esenciales y característicos de la marca oponente, diferenciándose principalmente por la incorporación de "H3" y por determinadas variaciones ortográficas, el solicitante podría generar en el público consumidor la percepción de que existe una vinculación empresarial entre ambas marcas, circunstancia que resulta incompatible con la función esencial de la marca como elemento diferenciador de los productos en el mercado.-----

Que, el Convenio de París posee fuerza legal en nuestro país, el cual en su Art. 6 bis establece que: "(...) 1) Los países de la Unión se comprometen, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país del registro o del uso estimare ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca de una persona que pueda beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares (...)".-----

Que, ahondando aún más en el análisis respecto a las marcas notorias, el Dr. Carmelo Mónica, en su obra "Derecho Paraguayo de Marcas", dice: "Las llamadas marcas notorias .../... pueden ser defendidas exitosamente fuera del país en que están registradas (excepción al principio de



Resolución D.A.M.L n.º **001023**

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A. CONTRA H3 AGROCHEMICALS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ZETAMAX H3, CLASE 05.-----

territorialidad) y con respecto a productos o servicios no protegidos por su registro y con los cuales no haya relación (excepción al principio de especialidad).²-----

Que, así también, expresa el Dr. Jorge Otamendi, en su obra “Derecho de Marcas”, con relación a las marcas notorias: “*Cuando la marca base del rechazo es una marca intensamente utilizada, de gran difusión o goza del carácter de notoria, el criterio que se aplica en el cotejo es riguroso o más estricto, con la finalidad de evitar el aprovechamiento del prestigio ajeno, hacer valer la lealtad, buena fe comercial y proteger los intereses del público consumidor*”³ y en este sentido la casualidad milagrosa no puede existir.-----

En conclusión, vemos que el solicitante **no incorpora a su marca tan siquiera un elemento novedoso y distintivo** que permita la diferenciación de otros comerciantes y/o prestadores de productos y servicios relacionados al rubro.-----

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, 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.-----

² “DERECHO PARAGUAYO DE MARCAS” – Carmelo Módica. Arandura Edit., 2007 – Pag. 193.

³ “DERECHO DE MARCAS” – Jorge Otamendi. 9º Ed.. CABA, Abeledo Perrot, 2017





Resolución D.A.M.L. n.°

001023

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A. CONTRA H3 AGROCHEMICALS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ZETAMAX H3, CLASE 05.

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 corresponde revocar el Dictamen n° 342/24, de la Jefatura de la Segunda 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 SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A., contra H3 AGROCHEMICALS sobre oposición al registro de marca "ZETAMAX H3" clase 05, Expediente n° 2233875 solicitada por H3 AGROCHEMICALS.





Resolución D.A.M.L n. ° 001023

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR SUMITOMO CHEMICAL ARGENTINA S.A. CONTRA H3 AGROCHEMICALS SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA ZETAMAX H3, CLASE 05.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca “ZETAMAX H3” clase 05, Expediente n° 2233875 solicitada por H3 AGROCHEMICALS.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADY ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.°

001024

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR AVALON CASA DE BOLSA S.A. CONTRA DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA AVALX Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: AVALON CASA DE BOLSA S.A. contra DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) sobre oposición al registro de la marca AVALX Y ETIQUETA clase 36, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca AVALAX Y ETIQUETA, solicitada para la clase 36, en base a la marca AVALON CASA DE BOLSA 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.º **001024**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR AVALON CASA DE BOLSA S.A. CONTRA DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA AVALX 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, en primer lugar, corresponde determinar las marcas en pugna, por un lado AVALX Y ETIQUETA, solicitada en clase 36, y por otro, la marca oponente AVALON CASA DE BOLSA, concedida en clase 36. -----

Que, corresponde efectuar el examen comparativo de las denominaciones enfrentadas. Al respecto, entre AVALX y AVALON CASA DE BOLSA no se advierte identidad ni semejanza denominativa de entidad suficiente para generar riesgo de confusión o asociación, pues ambas presentan diferencias apreciables en su composición, estructura, extensión y sonoridad. En efecto, AVALX constituye una denominación breve, cuya terminación en X le otorga una configuración particular, mientras que AVALON CASA DE BOLSA presenta una estructura más extensa, conformada por AVALON y la expresión CASA DE BOLSA. Si bien ambas comparten la secuencia inicial AVAL, la impresión de conjunto resulta diferenciada, tanto visual





Resolución D.A.M.L n.º **001024**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR AVALON CASA DE BOLSA S.A. CONTRA DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA AVALX Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

como fonéticamente, sin que dicha coincidencia parcial permita considerar que se trata de una misma denominación o de variantes de un mismo origen empresarial.-----

AVALX

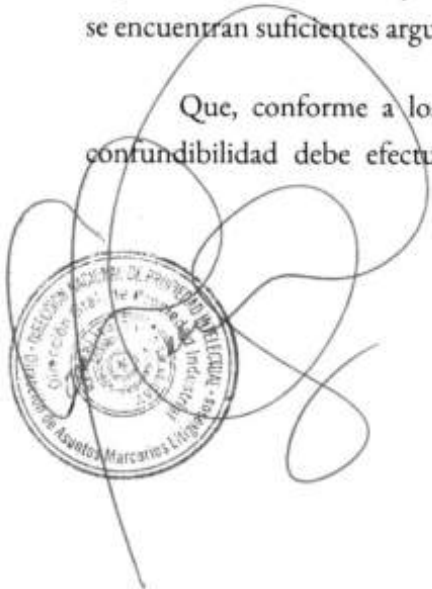
(marca solicitada)

AVALON CASA DE BOLSA

(marca oponente)

Que, no existe posibilidad de confusión suficiente entre las marcas AVALX Y ETIQUETA, solicitada en la clase 36, y AVALON CASA DE BOLSA, registrada en la clase 36, debido especialmente a las diferencias existentes entre ambas denominaciones. Si bien los servicios comprendidos en sus respectivas coberturas presentan cierta proximidad por encontrarse vinculados al ámbito financiero, la diferenciación existente entre los elementos denominativos y figurativos permite al consumidor distinguirlas razonablemente en el mercado. En efecto, AVALX comprende operaciones financieras relacionadas con criptomonedas, su cambio y transferencia electrónica mediante tecnología de cadena de bloques, mientras que AVALON CASA DE BOLSA comprende principalmente servicios de corretaje, acciones, bonos, valores, fondos de inversión, gestión y consultoría financiera. La marca solicitada cumple con los requisitos de distintividad y especialidad requeridos por nuestra legislación marcaria, por ende no se encuentran suficientes argumentos jurídicos que puedan eventualmente justificar su rechazo.--

Que, conforme a los criterios establecidos en las directrices de marcas el análisis de confundibilidad debe efectuarse considerando la impresión de conjunto que producen las





Resolución D.A.M.L. n.º ~~001024~~

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR AVALON CASA DE BOLSA S.A. CONTRA DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA AVALX Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

marcas, valorando sus semejanzas y diferencias en los distintos planos de comparación, así como la naturaleza y relación existente entre los productos o servicios que respectivamente distinguen. En tal sentido, la coincidencia o proximidad existente entre determinadas actividades comprendidas en las coberturas no determina por sí sola la existencia de riesgo de confusión, debiendo establecerse si las semejanzas existentes entre las marcas poseen entidad suficiente para generar en el consumidor una asociación respecto de su origen empresarial. En el caso analizado, la apreciación conjunta de AVALX Y ETIQUETA y AVALON CASA DE BOLSA, unida a las diferencias gráficas, y fonéticas existentes entre ambas denominaciones y a los elementos figurativos propios de la marca solicitada, permite concluir que no se configura un riesgo de confusión suficiente que impida su coexistencia en el mercado.-----

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.”* En este sentido, en el caso analizado, la apreciación integral de las denominaciones AVALX Y ETIQUETA y AVALON CASA DE BOLSA permite advertir diferencias suficientes en su composición, estructura, pronunciación y configuración general, así como en sus respectivos elementos gráficos, aun cuando ambas marcas compartan la secuencia AVAL y se encuentren destinadas a servicios comprendidos dentro de la misma clase.-----

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 conjunto”,* y que... para la comparación de dos marcas en conflicto *“ocupa un*





Resolución D.A.M.L n. ° ~~001024~~

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR AVALON CASA DE BOLSA S.A. CONTRA DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA AVALX Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

lugar preferente el que propugna una visión de conjunto sincrética, desde la totalidad de los elementos integrado 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.-----

Que, la marca solicitada 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, 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° 450/26 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 AVALON CASA DE BOLSA S.A. contra DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) sobre oposición al registro de la marca

² Dr. Fernandez Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n. ° **001024**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR AVALON CASA DE BOLSA S.A. CONTRA DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA) SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA AVALX Y ETIQUETA, CLASE 36.-----

AVALX Y ETIQUETA, clase 36, Expediente n° 2549413 solicitada por DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA).-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca AVALX Y ETIQUETA, clase 36, Expediente n° 2549413 solicitada por DCREDITO SOCIEDAD ANÓNIMA EMISORA DE CAPITAL ABIERTO (SAECA).-----

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



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.° 001025

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 35.-----

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. contra AGROTEC S.A. sobre oposición al registro de la marca INVICTA clase 35, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca INVICTA, solicitada para la clase 35, en base a la marca registrada INVICTA en la clase 14, 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.° 001025

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 35.-----

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, en primer lugar, corresponde determinar las marcas en pugna, por un lado INVICTA, solicitada en clase 35, y por otro, la marca oponente INVICTA, concedida en clase 14, que protege todos los productos comprendidos en dicha clase.-----

Que, al observar la naturaleza de los productos y servicios protegidos por cada marca, corresponde señalar que la solicitud de registro INVICTA pretende proteger servicios de la clase 35, específicamente: *“publicidad y gestión de negocios comerciales relacionados con el agro; servicios de agencias de importación-exportación; difusión de anuncios publicitarios relacionados con el agro; distribución de material publicitario de productos del agro, tales como folletos, prospectos, impresos y muestras; difusión de material publicitario; publicidad por correo directo; distribución de muestras; e información y asesoramiento comerciales al consumidor en la selección de productos y servicios relacionados con el agro”*, mientras que la marca oponente INVICTA, concedida en clase 14, protege todos los productos comprendidos en dicha clase. Con esta comparación se advierte que los servicios y productos comprendidos en ambas coberturas poseen distinta naturaleza, finalidad y ámbito de comercialización y prestación, puesto que los servicios de la clase 35 se encuentran





Resolución D.A.M.L n.° **001025**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 35.-----

orientados principalmente a actividades de publicidad, gestión comercial, importación, exportación, promoción, distribución de material publicitario e información y asesoramiento comercial, particularmente vinculados al sector agropecuario, mientras que los productos de la *clase 14 corresponden principalmente a artículos de joyería, metales preciosos, piedras preciosas, relojería e instrumentos cronométricos y productos afines*. En consecuencia, no se advierte entre ellos una relación de complementariedad o asociación comercial de tal entidad que pueda inducir al público consumidor a considerar que provienen de un mismo origen empresarial.-----

Que, en consecuencia, la diferencia existente entre la naturaleza y finalidad de los servicios y productos protegidos por cada marca constituye un elemento relevante al momento de valorar la posibilidad de confusión, pues no se advierte una conexión competitiva directa entre los servicios concretamente amparados en la clase 35 y los productos comprendidos en la clase 14, atendiendo a sus características, finalidad, canales de comercialización y ámbito de prestación. Asimismo, el hecho de que los servicios solicitados comprendan actividades de publicidad, gestión comercial e importación-exportación relacionadas específicamente con el agro no determina, por sí mismo, una vinculación con los productos de la clase 14, al no apreciarse una relación de complementariedad o dependencia comercial suficiente entre ambas coberturas.-----

Que, además, resulta pertinente efectuar el análisis visual de las marcas objeto del presente procedimiento. Al respecto, ambas marcas comparten de manera íntegra la denominación INVICTA, por lo que desde el aspecto gráfico y ortográfico existe identidad denominativa entre las marcas confrontadas. Asimismo, desde el punto de vista fonético, ambas producen exactamente la misma impresión sonora y, conceptualmente, evocan el mismo significado. No obstante, dicha identidad denominativa debe ser valorada conjuntamente con la naturaleza y finalidad de los productos y servicios comprendidos en las respectivas coberturas, pues la sola coincidencia en la denominación no resulta suficiente para determinar la existencia de riesgo de



Resolución D.A.M.I. n.º 001025

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 35.-----

confusión cuando los servicios y productos se encuentran claramente diferenciados y no presentan una conexión competitiva relevante. Estas circunstancias, apreciadas en su conjunto, permiten concluir que no existe una probabilidad razonable de que el público consumidor atribuya a ambas marcas un mismo origen empresarial.-----

En ese sentido, conforme al artículo 7º de la Ley de Marcas, se encuentra vigente en nuestro sistema el principio del **Sistema Uniclase**, el cual establece que **cada solicitud de marca debe especificar la clase del nomenclador internacional (Niza) en la cual se pretende obtener protección**, siendo necesario un registro independiente por cada clase de interés. Este sistema implica una segmentación del mercado en función de los productos o servicios que distingue cada clase, lo cual evita una protección automática en clases distintas a la registrada.-----

Por tanto, al encontrarse las marcas comprendidas en distintas clases del nomenclador internacional de Niza, y al no verificarse una relación de conexidad suficiente entre los productos y servicios específicamente protegidos en las clases 35 y 14, **no se configura uno de los elementos necesarios para determinar la existencia de riesgo de confusión o asociación empresarial**. En consecuencia, resulta jurídicamente viable la coexistencia de ambas marcas, al no generarse riesgo de confusión ni de asociación directa por parte del consumidor promedio en el mercado de referencia.-----

Que, ahondando aún más en el análisis, el Dr. Carmelo Módica, en su obra DERECHO PARAGUAYO DE MARCAS cita doctrina aplicable a nuestro caso: *"Habiendo claras diferencias entre los productos por un lado y servicios, por otro que amparan dos marcas en conflicto,*





Resolución D.A.M.I. n.º ~~001025~~

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 35.-----

no se requiere entrar a analizar los elementos ortográficos o las figurativas de las mismas, ya que los consumidores no se confundirán si ambas marcas llegan a coexistir en el mercado”²-----

Que, conforme a la doctrina marcaria, para determinar la coexistencia pacífica de dos marcas, es necesario analizar si existe un riesgo de confusión en la mente del consumidor medio al adquirir los productos o servicios que ambas ofrecen. En este caso, al observar la estructura y el enfoque de los productos y servicios que protegen ambas marcas, se concluye que no existe riesgo alguno de confusión directa o indirecta. Además, el público objetivo de cada marca es claramente distinto, lo que elimina cualquier posibilidad de conflicto en el mercado.-----

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, la marca solicitada 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, 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 469/26 emitido por la

² MÓDICA, Carmelo. Derecho paraguayo de marcas. Editorial La Ley. 2019. Asunción. págs. 104-105.





Resolución D.A.M.L n.° **001025**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 35.

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 INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. contra AGROTEC S.A. sobre oposición al registro de la marca INVICTA clase 35, Expediente n° 2541786 solicitada por AGROTEC S.A.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca INVICTA clase 35, Expediente n° 2541786 solicitada por AGROTEC S.A.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADIYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.° **001026**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 41.-----

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. contra AGROTEC S.A. sobre oposición al registro de la marca INVICTA clase 41, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca INVICTA, solicitada para la clase 41, en base a la marca registrada INVICTA 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 **001026**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, 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. -----

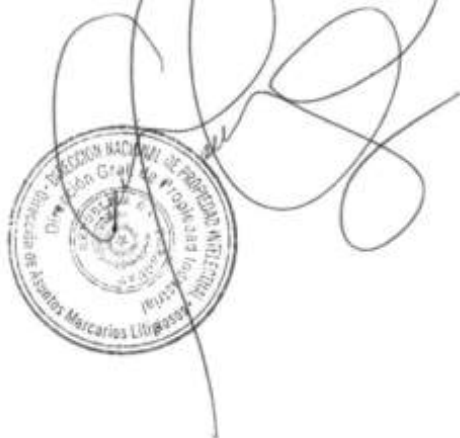
Que, asimismo, corresponde considerar las directrices de marcas aplicadas mediante la Resolución n° 259/2025, en lo que respecta al análisis de la confundibilidad entre signos. -----

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, en primer lugar, corresponde determinar las marcas en pugna, por un lado INVICTA, solicitada en clase 41, y por otro, la marca oponente INVICTA, concedida en clase 09.-----

Que, al observar la naturaleza de los productos y servicios protegidos por cada marca, corresponde señalar que la solicitud de registro INVICTA pretende proteger servicios de la clase 41, específicamente: *“educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; organización de charlas, congresos, talleres y conferencias; servicios de formación, educación, capacitación y entrenamiento en el ámbito agrícola, a través de charlas, conferencias, seminarios y talleres, tanto en forma presencial como en forma virtual”*, mientras que la marca oponente INVICTA, concedida en clase 09, protege *“exclusivamente lentes, anteojos de sol y gafas*





Resolución D.A.M.L n.º 001026

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 41.-----

de sol. Con esta comparación se advierte que los productos y servicios comprendidos en ambas coberturas poseen distinta naturaleza, finalidad y ámbito de comercialización y prestación, puesto que los servicios de la clase 41 se encuentran orientados principalmente a actividades de educación, formación, capacitación, entretenimiento, deporte, cultura y organización de eventos y actividades formativas, mientras que los productos de la clase 09 *corresponden exclusivamente a artículos ópticos destinados a la protección y corrección visual, así como a la protección frente a la radiación solar.* En consecuencia, no se advierte entre ellos una relación de complementariedad o asociación comercial de tal entidad que pueda inducir al público consumidor a considerar que provienen de un mismo origen empresarial.-----

Que, en consecuencia, la diferencia existente entre la naturaleza y finalidad de los productos y servicios protegidos por cada marca constituye un elemento relevante al momento de valorar la posibilidad de confusión, pues no se advierte una conexión competitiva directa entre los servicios concretamente amparados en la clase 41 y los productos comprendidos en la clase 09, atendiendo a sus características, finalidad, canales de comercialización y ámbito de prestación.-----

Que, además, resulta pertinente efectuar el análisis visual de las marcas objeto del presente procedimiento. Al respecto, ambas marcas comparten de manera íntegra la denominación INVICTA, por lo que desde el aspecto gráfico y ortográfico existe identidad denominativa entre las marcas confrontadas. Asimismo, desde el punto de vista fonético, ambas producen exactamente la misma impresión sonora y, conceptualmente, evocan el mismo significado. No obstante, dicha identidad denominativa debe ser valorada conjuntamente con la naturaleza y finalidad de los productos y servicios comprendidos en las respectivas coberturas, pues la sola coincidencia en la denominación no resulta suficiente para determinar la existencia de riesgo de





Resolución D.A.M.L n.º 001026

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 41.-----

confusión cuando los productos y servicios se encuentran claramente diferenciados y no presentan una conexión competitiva relevante. Estas circunstancias, apreciadas en su conjunto, permiten concluir que no existe una probabilidad razonable de que el público consumidor atribuya a ambas marcas un mismo origen empresarial.-----

En ese sentido, conforme al artículo 7º de la Ley de Marcas, se encuentra vigente en nuestro sistema el principio del **Sistema Uniclase**, el cual establece que **cada solicitud de marca debe especificar la clase del nomenclador internacional (Niza) en la cual se pretende obtener protección**, siendo necesario un registro independiente por cada clase de interés. Este sistema implica una segmentación del mercado en función de los productos o servicios que distingue cada clase, lo cual evita una protección automática en clases distintas a la registrada.-----

Por tanto, al encontrarse las marcas comprendidas en distintas clases del nomenclador internacional de Niza, y al no verificarse una relación de conexidad suficiente entre los productos y servicios específicamente protegidos en las clases 41 y 09, **no se configura uno de los elementos necesarios para determinar la existencia de riesgo de confusión o asociación empresarial**. En consecuencia, resulta jurídicamente viable la coexistencia de ambas marcas, al no generarse riesgo de confusión ni de asociación directa por parte del consumidor promedio en el mercado de referencia.-----

Que, ahondando aún más en el análisis, el Dr. Carmelo Módica, en su obra DERECHO PARAGUAYO DE MARCAS cita doctrina aplicable a nuestro caso: *"Habiendo claras diferencias entre los productos por un lado y servicios, por otro que amparan dos marcas en conflicto,*





Resolución D.A.M.L n. °

001026

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 41.-----

*no se requiere entrar a analizar los elementos ortográficos o las figurativas de las mismas, ya que los consumidores no se confundirán si ambas marcas llegan a coexistir en el mercado*¹² -----

Que, conforme a la doctrina marcaria, para determinar la coexistencia pacífica de dos marcas, es necesario analizar si existe un riesgo de confusión en la mente del consumidor medio al adquirir los productos o servicios que ambas ofrecen. En este caso, al observar la estructura y el enfoque de los productos y servicios que protegen ambas marcas, se concluye que no existe riesgo alguno de confusión directa o indirecta. Además, el público objetivo de cada marca es claramente distinto, lo que elimina cualquier posibilidad de conflicto en el mercado.-----

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, la marca solicitada 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, 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° 470/26 emitido por la

¹² MODICA, Carmelo. Derecho paraguayo de marcas. Editorial La Ley. 2019. Asunción. págs. 104-105.



Resolución D.A.M.L n.º

001026

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 41.-----

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 INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. contra AGROTEC S.A. sobre oposición al registro de la marca INVICTA clase 41, Expediente n° 2541788 solicitada por AGROTEC S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca INVICTA clase 41, Expediente n° 2541788 solicitada por AGROTEC S.A.-----

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



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.°

001027

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 38.

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. contra AGROTEC S.A. sobre oposición al registro de la marca INVICTA clase 38, y.

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca INVICTA, solicitada para la clase 38, en base a la marca registrada INVICTA en la clase 14, 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.° 001027

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 38.-----

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, en primer lugar, corresponde determinar las marcas en pugna, por un lado INVICTA, solicitada en clase 38, y por otro, la marca oponente INVICTA, concedida en clase 14, que protege todos los productos comprendidos en dicha clase.-----

Que, al observar la naturaleza de los productos y servicios protegidos por cada marca, corresponde señalar que la solicitud de registro INVICTA pretende proteger servicios de la clase 38, específicamente: “*servicios de telecomunicaciones; servicios de comunicaciones por radio; servicio de radiodifusión*”, mientras que la marca oponente INVICTA, concedida en clase 14, protege todos los productos comprendidos en dicha clase. Con esta comparación se advierte que los productos y servicios comprendidos en ambas coberturas poseen distinta naturaleza, finalidad y ámbito de comercialización y prestación, puesto que los servicios de la clase 38 se encuentran





Resolución D.A.M.L n.° **001027**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 38.

orientados a la transmisión, comunicación y difusión de información por medios de telecomunicación, radio y radiodifusión, mientras que los productos de la clase 14 corresponden *principalmente a artículos de joyería, metales preciosos, piedras preciosas, relojería e instrumentos cronométricos*. En consecuencia, no se advierte entre ellos una relación de complementariedad o asociación comercial de tal entidad que pueda inducir al público consumidor a considerar que provienen de un mismo origen empresarial.

Que, en consecuencia, la diferencia existente entre la naturaleza y finalidad de los productos y servicios protegidos por cada marca constituye un elemento relevante al momento de valorar la posibilidad de confusión, pues no se advierte una conexión competitiva directa entre los servicios concretamente amparados en la clase 38 y los productos comprendidos en la clase 14, atendiendo a sus características, finalidad, canales de comercialización y ámbito de prestación.

Que, además, resulta pertinente efectuar el análisis visual de las marcas objeto del presente procedimiento. Al respecto, ambas marcas comparten de manera íntegra la denominación INVICTA, por lo que desde el aspecto gráfico y ortográfico existe identidad denominativa entre las marcas confrontadas. Asimismo, desde el punto de vista fonético, ambas producen exactamente la misma impresión sonora y, conceptualmente, evocan el mismo significado. No obstante, dicha identidad denominativa debe ser valorada conjuntamente con la naturaleza y finalidad de los productos y servicios comprendidos en las respectivas coberturas, pues la sola coincidencia en la denominación no resulta suficiente para determinar la existencia de riesgo de confusión cuando los productos y servicios se encuentran claramente diferenciados y no presentan una conexión competitiva relevante. Estas circunstancias, apreciadas en su conjunto,



Resolución D.A.M.I. n.º 001027

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 38.-----

permiten concluir que no existe una probabilidad razonable de que el público consumidor atribuya a ambas marcas un mismo origen empresarial.-----

En ese sentido, conforme al artículo 7º de la Ley de Marcas, se encuentra vigente en nuestro sistema el principio del **Sistema Uniclase**, el cual establece que **cada solicitud de marca debe especificar la clase del nomenclador internacional (Niza) en la cual se pretende obtener protección**, siendo necesario un registro independiente por cada clase de interés. Este sistema implica una segmentación del mercado en función de los productos o servicios que distingue cada clase, lo cual evita una protección automática en clases distintas a la registrada.-----

Por tanto, al encontrarse las marcas comprendidas en distintas clases del nomenclador internacional de Niza, y al no verificarse una relación de conexidad suficiente entre los productos y servicios específicamente protegidos en las clases 38 y 14, **no se configura uno de los elementos necesarios para determinar la existencia de riesgo de confusión o asociación empresarial**. En consecuencia, resulta jurídicamente viable la coexistencia de ambas marcas, al no generarse riesgo de confusión ni de asociación directa por parte del consumidor promedio en el mercado de referencia.-----

Que, ahondando aún más en el análisis, el Dr. Carmelo Módica, en su obra DERECHO PARAGUAYO DE MARCAS cita doctrina aplicable a nuestro caso: *"Habiendo claras diferencias entre los productos por un lado y servicios, por otro que amparan dos marcas en conflicto,*



Resolución D.A.M.I. n.º **001027**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 38.-----

*no se requiere entrar a analizar los elementos ortográficos o las figurativas de las mismas, ya que los consumidores no se confundirán si ambas marcas llegan a coexistir en el mercado*²-----

Que, conforme a la doctrina marcaria, para determinar la coexistencia pacífica de dos marcas, es necesario analizar si existe un riesgo de confusión en la mente del consumidor medio al adquirir los productos o servicios que ambas ofrecen. En este caso, al observar la estructura y el enfoque de los productos y servicios que protegen ambas marcas, se concluye que no existe riesgo alguno de confusión directa o indirecta. Además, el público objetivo de cada marca es claramente distinto, lo que elimina cualquier posibilidad de conflicto en el mercado.-----

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, la marca solicitada 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, 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 471/26 emitido por la

² MÓDICA, Carmelo. Derecho paraguayo de marcas. Editorial La Ley. 2019. Asunción. págs. 104-105.



Resolución D.A.M.L n. ° **001027**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. CONTRA AGROTEC S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA INVICTA, CLASE 38.-----

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 INVICTA WATCH COMPANY OF AMERICA, INC. contra AGROTEC S.A. sobre oposición al registro de la marca INVICTA clase 38, Expediente n° 2541787 solicitada por AGROTEC S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca INVICTA clase 38, Expediente n° 2541787 solicitada por AGROTEC S.A.-----

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



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.° 001028

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 31.-----

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: GLYMAX S.A. contra BIOCERES SEMILLAS SAU sobre oposición al registro de marca "BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA" clase 31, y;-----

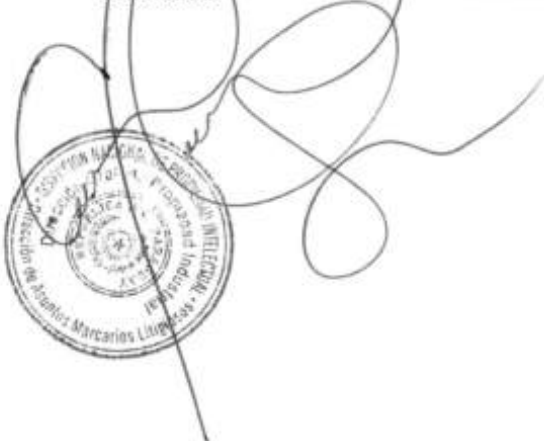
CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca GOLDEN NEUTRUM solicitada para la clase 01, sobre la base solicitada con anterioridad GOLD en la clase 05.-----

Que, corresponde a esta instancia administrativa determinar la procedencia o no de la oposición planteada contra la solicitud de registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA solicitada para la clase 31.-----

Que, antes de entrar a analizar el fondo de la cuestión, y tras la verificación del sistema informático de la Institución, se puede constatar que la marca base de oposición, se encuentra ARCHIVADA, con lo cual, el titular de dicho registro ha perdido todos los derechos sobre la misma conforme o establece la Ley.-----

Que, consecuentemente, habiendo desaparecido la base de litigio, y no encontrándose la solicitud de registro incurso dentro de las prohibiciones establecidas en el Art. 2 de la Ley n° 1.294/98 de Marcas, corresponde la prosecución de trámites para el registro de la marca hoy solicitada.-----





Resolución D.A.M.L n.°

001028

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 31.

Por tanto,

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

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por GLYMAX S.A. contra BIOCERES SEMILLAS SAU sobre oposición al registro de marca "BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA" clase 31, Expediente n° 2484591, solicitada por BIOCERES SEMILLAS SAU.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca "BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA" clase 31, Expediente n° 2484591, solicitada por BIOCERES SEMILLAS SAU.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.L. n.º**001029**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 39.-----

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: GLYMAX S.A. contra BIOCERES SEMILLAS SAU sobre oposición al registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA clase 39, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, solicitada para la clase 39, en base a la marca concedida CERES Y ETIQUETA en la clase 35, 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 **001029**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS 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, 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, en primer lugar, corresponde señalar que las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea, siendo la impresión de conjunto que producen en el consumidor el criterio que debe primar a la hora de determinar la existencia o no de riesgo de confusión. En tal sentido, corresponde comparar la marca solicitada BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, en Clase 39, con la marca oponente CERES Y ETIQUETA, en Clase 35, correspondiendo efectuar el cotejo principalmente desde el punto de vista denominativo, atendiendo a la estructura y conformación de las expresiones que integran ambas marcas.-----

Que, desde el punto de vista denominativo, si bien ambas marcas contienen la expresión CERES, se advierten diferencias en los restantes elementos que las integran. Así, la marca solicitada se estructura en torno a la expresión BIOCERES, acompañada del término SEMILLAS, mientras que la marca oponente se encuentra conformada por la denominación





Resolución D.A.M.L n.° 001029

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 39.-----

CERES. En consecuencia, la conformación denominativa de ambas marcas presenta diferencias en cuanto a su extensión, estructura y combinación de vocablos, generando una impresión fonética y conceptual diferenciada.-----

Que, asimismo, la coincidencia en la expresión CERES no puede ser valorada de manera aislada ni resulta suficiente, por sí sola, para determinar confundibilidad entre las marcas, toda vez que en la marca solicitada dicha expresión se encuentra integrada dentro de la denominación BIOCERES, a la que se adiciona el término SEMILLAS, conformando una expresión de estructura y extensión diferente. En consecuencia, su presencia en ambas marcas debe ser ponderada conjuntamente con los demás elementos que conforman cada una de ellas, sin que pueda atribuirse a dicha coincidencia un carácter preponderante que permita desconocer las diferencias existentes entre las composiciones marcarias.-----

Que, a efectos de efectuar el correspondiente cotejo visual, corresponde considerar las etiquetas que integran las marcas en pugna.-----

 **Bioceres**
SEMILLAS

Ceres

(marca solicitada)

(marca oponente)

Que, en cuanto a la comparación propiamente visual de las etiquetas, se advierte que las composiciones figurativas que integran ambas marcas presentan diferencias en su configuración general, disposición de los elementos y presentación gráfica, generando una impresión visual





Resolución D.A.M.I. n.º **001029**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 39.-----

diferenciada. En consecuencia, las respectivas etiquetas contribuyen a distinguir las marcas confrontadas y, consideradas conjuntamente con sus elementos denominativos, permiten una adecuada individualización de su origen empresarial.-----

Que, por tanto, la relación existente entre determinados servicios comprendidos por las marcas confrontadas determina la necesidad de efectuar el correspondiente cotejo marcario, sin que dicha circunstancia implique, por sí sola, la existencia de riesgo de confusión o asociación. En consecuencia, corresponde ponderar las características propias de cada marca, atendiendo especialmente a sus elementos denominativos y gráficos y a la impresión de conjunto que producen en el consumidor. En el presente caso, aun cuando ambas marcas presentan relación respecto de determinados servicios y comparten la expresión CERES, las diferencias existentes entre sus respectivas denominaciones y etiquetas resultan suficientes para permitir su individualización y distinguir su origen empresarial, por lo que resulta jurídicamente viable la coexistencia pacífica de ambas marcas.-----

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, la marca solicitada 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, 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.º

001029

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 39.

elementos diferenciadores necesarios para su registro, por lo que la oposición deducida deviene improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 157/26 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 GLYMAX S.A. contra BIOCERES SEMILLAS SAU sobre oposición al registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA clase 39, Expediente n° 2484592 solicitada por BIOCERES SEMILLAS SAU.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA clase 39, Expediente n° 2484592 solicitada por BIOCERES SEMILLAS SAU.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.° 001030

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 44.-----

Asunción, 14 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: GLYMAX S.A. contra BIOCERES SEMILLAS SAU sobre oposición al registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA clase 44, y.-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, solicitada para la clase 44, en base a la marca CERES Y ETIQUETA en la clase 44, 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. ° 001030

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 44.-----

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, en primer lugar, corresponde señalar que las marcas en cuestión deben ser analizadas en su conjunto, sin artificiales desmembraciones, de forma sucesiva y no simultánea, siendo la impresión de conjunto que producen en el consumidor el criterio que debe primar a la hora de determinar la existencia o no de riesgo de confusión. En tal sentido, corresponde comparar la marca solicitada BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, en Clase 44, con la marca oponente CERES Y ETIQUETA, también en Clase 44, correspondiendo efectuar el cotejo principalmente desde el punto de vista denominativo, atendiendo a la estructura y conformación de las expresiones que integran ambas marcas.-----

Que, desde el punto de vista denominativo, si bien ambas marcas contienen la expresión CERES, se advierten diferencias en los restantes elementos que las integran. Así, la marca solicitada se estructura en torno a la expresión BIOCERES, acompañada del término SEMILLAS, mientras que la marca oponente se encuentra conformada exclusivamente por la



Resolución D.A.M.L. n.º **001030**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 44.-----

denominación CERES. En consecuencia, la conformación denominativa de ambas marcas presenta diferencias en cuanto a su extensión, estructura y combinación de vocablos, generando una impresión fonética y conceptual diferenciada.-----

Que, asimismo, la coincidencia en la expresión CERES no puede ser valorada de manera aislada ni resulta suficiente, por sí sola, para determinar confundibilidad entre las marcas, toda vez que en la marca solicitada dicha expresión se encuentra integrada dentro de la denominación BIOCERES, a la que se adiciona el término SEMILLAS, conformando una expresión de estructura y extensión diferente. En consecuencia, su presencia en ambas marcas debe ser ponderada conjuntamente con los demás elementos que conforman cada una de ellas, sin que pueda atribuirse a dicha coincidencia un carácter preponderante que permita desconocer las diferencias existentes entre las composiciones marcarias.-----

Que, a efectos de efectuar el correspondiente cotejo visual, corresponde considerar las etiquetas que integran las marcas en pugna.-----

 **Bioceres**
SEMILLAS

Ceres

(marca solicitada)

(marca oponente)

Que, en cuanto a la comparación propiamente visual de las etiquetas, se advierte que las composiciones figurativas que integran ambas marcas presentan diferencias en su configuración general, disposición de los elementos y presentación gráfica, generando una impresión visual





Resolución D.A.M.L n.º **001030**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 44.-----

diferenciada. En consecuencia, las respectivas etiquetas contribuyen a distinguir las marcas confrontadas y, consideradas conjuntamente con sus elementos denominativos, permiten una adecuada individualización de su origen empresarial.-----

Que, por tanto, la coincidencia de ambas marcas en la Clase 44 determina la necesidad de efectuar el correspondiente cotejo marcario, sin que dicha circunstancia implique, por sí sola, la existencia de riesgo de confusión o asociación. En consecuencia, corresponde ponderar las características propias de cada marca, atendiendo especialmente a sus elementos denominativos y gráficos y a la impresión de conjunto que producen en el consumidor. En el presente caso, aun cuando ambas marcas pertenecen a la misma clase y comparten la expresión CERES, las diferencias existentes entre sus respectivas denominaciones y etiquetas resultan suficientes para permitir su individualización y distinguir su origen empresarial, por lo que resulta jurídicamente viable la coexistencia pacífica de ambas marcas.-----

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, la marca solicitada 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, 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



Resolución D.A.M.I. n.º **001030**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR GLYMAX S.A. CONTRA BIOCERES SEMILLAS SAU SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA, CLASE 44.-----

improcedente, consecuentemente, corresponde confirmar el Dictamen n° 159/26 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 GLYMAX S.A. contra BIOCERES SEMILLAS SAU sobre oposición al registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA clase 44, Expediente n° 2484594 solicitada por BIOCERES SEMILLAS SAU.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BIOCERES SEMILLAS Y ETIQUETA clase 44, Expediente n° 2484594 solicitada por BIOCERES SEMILLAS SAU.-----

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



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.º **001031**

**POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN
DEDUCIDA POR RIZOBACTER ARGENTINA S.A. CONTRA BASF
AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA
MARCA NEMASPHERE, CLASE 01.**-----

Asunción, **15 SEP 2026**

VISTO:

El expediente caratulado: RIZOBACTER ARGENTINA S.A. contra BASF AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC., sobre oposición al registro de marca "NEMASPHERE" clase 01, y;-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca "NEMASPHERE", solicitada para la clase 01, en base a la marca concedida "NEMASHIELD" 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 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.° ~~001031~~

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR RIZOBACTER ARGENTINA S.A. CONTRA BASF AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NEMASPHERE, CLASE 01.-----

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 el cotejo entre las marcas NEMASPHERE (solicitada) y NEMASHIELD (oponente), se constata que ambas denominaciones presentan una configuración gráfica y ortográfica próxima, toda vez que comparten íntegramente la expresión NEMA, ubicada al inicio y ocupando la misma posición dentro de ambas composiciones. Si bien las desinencias SPHERE y SHIELD son diferentes, la coincidencia exacta del elemento inicial confiere a las denominaciones una estructura semejante que puede ser retenida por el consumidor bajo un recuerdo imperfecto.-----

Que, desde el aspecto fonético, las denominaciones NEMASPHERE y NEMASHIELD presentan coincidencia en su segmento inicial NEMA, mientras que sus respectivas desinencias SPHERE y SHIELD introducen diferencias en la articulación y terminación sonora. No obstante, dichas diferencias deben ser apreciadas conjuntamente con la coincidencia del elemento



Resolución D.A.M.L n. 001031

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR RIZOBACTER ARGENTINA S.A. CONTRA BASF AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NEMASPHERE, CLASE 01.-----

inicial, sin efectuar una desmembración artificial de las denominaciones, pudiendo la semejanza advertida generar una proximidad auditiva susceptible de producir confusión o asociación empresarial.-----

Que, desde el punto de vista conceptual, SPHERE corresponde al término inglés esfera, mientras que SHIELD significa escudo o protección, por lo que ambos elementos presentan significados diferentes. Sin embargo, dicha diferencia conceptual no resulta suficiente, por sí sola, para neutralizar la semejanza derivada de la coincidencia íntegra del elemento NEMA y de la estructura general de las denominaciones, debiendo prevalecer en el cotejo la impresión de conjunto que producen los signos enfrentados.-----

Que, asimismo, corresponde señalar que ambas marcas se encuentran destinadas a distinguir productos comprendidos en la Clase 01, existiendo identidad de clase y una relación directa entre sus coberturas, considerando que la marca NEMASHIELD se encuentra protegida para todos los productos comprendidos en dicha clase, dentro de los cuales quedan comprendidos los productos específicos amparados por NEMASPHERE.-----

Que, las directrices de marcas establecen que el análisis de confundibilidad debe efectuarse atendiendo a la impresión de conjunto producida por las marcas, considerando integralmente sus semejanzas y diferencias, así como la naturaleza y relación existente entre los productos que distinguen. En el presente caso, la coincidencia íntegra del elemento NEMA, unida a la identidad de clase y a la amplitud de la cobertura de la marca oponente, determina que las diferencias existentes entre SPHERE y SHIELD no resulten suficientes para excluir la posibilidad de confusión o asociación empresarial.-----



Resolución D.A.M.I. n.° 001031

POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN DEDUCIDA POR RIZOBACTER ARGENTINA S.A. CONTRA BASF AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NEMASPHERE, CLASE 01.-----

Que, en razón de las semejanzas existentes entre la marca solicitada y la oponente, y considerando que ambas tienen por finalidad distinguir productos comprendidos en la misma clase, el público consumidor puede verse inducido a error respecto de su procedencia empresarial, pudiendo interpretar que los productos identificados con NEMASPHERE y NEMASHIELD provienen de un mismo titular o de empresas económicamente vinculadas. En consecuencia, corresponde concluir que se configura un riesgo de confusión y/o asociación susceptible de afectar la función distintiva de la marca oponente.-----

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, 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, 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 corresponde confirmar el Dictamen n.° 370/26, 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:**



Resolución D.A.M.I. n.º **001031**

**POR LA CUAL SE DECLARA PROCEDENTE Y SE HACE LUGAR A LA ACCIÓN
DEDUCIDA POR RIZOBACTER ARGENTINA S.A. CONTRA BASF
AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA
MARCA NEMASPHERE, CLASE 01.**-----

Artículo 1.- DECLARAR procedente y hacer lugar a la acción deducida por RIZOBACTER ARGENTINA S.A. contra BASF AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC., sobre oposición al registro de marca NEMASPHIERE clase 01, Expediente n° 2503076 solicitada por BASF AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC.-----

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca NEMASPHIERE clase 01, Expediente n° 2503076 solicitada por BASF AGRICULTURAL SOLUTIONS US LLC.-----

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



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos

Resolución D.A.M.I. n.º 001032

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NOVAGYN, CLASE 05.

Asunción, 15 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro de marca "NOVAGYN" clase 05, y;

CONSIDERANDO:

Que, se promueven oposiciones contra la solicitud de registro de la marca NOVAGYN, solicitada para la clase 05, en base a las marcas MUVAGYN clase 05, y NOVALGINA 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.I. n.º **001032**

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NOVAGYN, 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, con respecto a la primera oposición fundada en la marca MUVAGYN frente a la solicitud NOVAGYN, ambas en Clase 05, corresponde señalar que los productos comprendidos por la marca oponente abarcan la totalidad de los productos de dicha clase, coincidiendo con el universo de productos pretendido por la solicitud. Esta circunstancia adquiere especial relevancia al momento de efectuar el cotejo, puesto que ambas marcas concurrirían respecto de productos de igual naturaleza, dirigidos al mismo público consumidor y susceptibles de ser ofrecidos a través de canales de comercialización coincidentes, configurándose así una identidad de productos que exige un análisis particularmente riguroso de las semejanzas existentes entre las denominaciones.-----

Que, en cuanto al aspecto denominativo, se advierte una proximidad relevante entre MUVAGYN y NOVAGYN, atendiendo a que ambas presentan una configuración breve y





Resolución D.A.M.I. n.º 001032

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NOVAGYN, CLASE 05.

comparten la secuencia VAGYN en idéntica posición dentro de sus respectivas denominaciones. Si bien difieren en su elemento inicial, MU y NO, dicha diferencia no resulta suficiente para neutralizar la semejanza derivada de la coincidencia de la parte final, particularmente considerando la reducida extensión de ambas expresiones. De este modo, apreciadas en su conjunto, las denominaciones generan una impresión general próxima, susceptible de ser retenida de manera semejante por el consumidor.

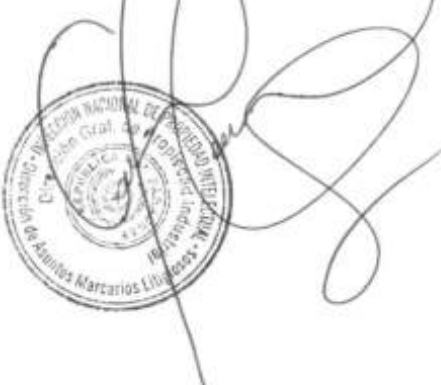
MUVAGYN

(oponente)

NOVAGYN

(solicitante)

Que, desde el punto de vista fonético, la coincidencia de la secuencia final VAGYN determina una marcada proximidad sonora entre ambas denominaciones, pues al ser pronunciadas conservan una terminación coincidente que adquiere especial relevancia dentro de expresiones breves. Si bien el inicio de cada denominación presenta diferencias, la semejanza sonora de su parte final, unida a la identidad de los productos protegidos, puede generar en el consumidor una percepción auditiva suficientemente próxima como para inducirlo a considerar que se trata de denominaciones vinculadas empresarialmente.



Resolución D.A.M.L n.º 001032

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NOVAGYN, CLASE 05.

Que, asimismo, debe tenerse presente que el consumidor medio no realiza un análisis minucioso ni simultáneo de las marcas, sino que las percibe de manera sucesiva, recurriendo a la impresión general que conserva de aquellas que conoce previamente. En el presente caso, al encontrarse MUVAGYN y NOVAGYN destinadas al mismo universo de productos, la semejanza apreciada puede conducir al consumidor a interpretar la segunda como una variante, extensión de línea o denominación comercialmente vinculada con la primera, atribuyéndoles un origen empresarial común. Por consiguiente, las diferencias existentes entre las marcas no resultan suficientes para excluir el riesgo de confusión o asociación.

Que, este análisis de confundibilidad encuentra sustento en el derecho conferido por el registro prioritario de la marca MUVAGYN, cuyo titular se encuentra facultado para oponerse al registro de marcas que, por su semejanza con la marca previamente registrada y atendiendo a los productos que distinguen, puedan inducir a confusión o asociación en el mercado. En consecuencia, la concesión de la marca solicitada NOVAGYN, en las condiciones analizadas, podría afectar los derechos previamente adquiridos por el titular de la marca MUVAGYN.

Que, en segundo lugar, respecto de la oposición fundada en la marca NOVALGINA frente a la solicitud NOVAGYN, ambas en Clase 05, corresponde señalar que la marca oponente protege la totalidad de los productos comprendidos en dicha clase, coincidiendo con el universo de productos pretendido por la solicitud NOVAGYN. En consecuencia, se verifica identidad en cuanto al ámbito de productos comprendidos por ambas marcas, circunstancia que constituye un elemento relevante al momento de valorar la posibilidad de confusión o asociación.

Que, en cuanto al aspecto denominativo, se advierte que NOVAGYN y NOVALGINA comparten íntegramente la expresión inicial NOVA, ubicada en idéntica posición y conservando



Resolución D.A.M.I. n.º 001032

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NOVAGYN, CLASE 05.-----

la misma configuración gráfica y fonética. Si bien las denominaciones presentan diferencias en sus terminaciones, GYN y LGINA, la coincidencia del elemento inicial adquiere particular relevancia al tratarse de expresiones destinadas a distinguir productos comprendidos en la misma clase. Apreciadas en su conjunto, ambas denominaciones presentan una estructura parcialmente coincidente que puede generar una impresión de proximidad en el consumidor.-----

NOVAGYN

(solicitante)

NOVALGINA

(oponente)

Que, desde el punto de vista fonético, la coincidencia del segmento inicial NOVA determina una proximidad sonora parcial entre ambas denominaciones, manteniéndose idéntico el inicio de su pronunciación. Si bien las terminaciones permiten establecer diferencias auditivas, estas deben ser valoradas conjuntamente con la identidad del ámbito de productos, circunstancia que incrementa la relevancia de las semejanzas existentes entre las denominaciones.-----

Que, asimismo, corresponde considerar que el consumidor medio percibe las marcas de manera sucesiva y no mediante una comparación directa y simultánea, por lo que la coincidencia del elemento NOVA puede adquirir mayor fuerza en la memoria del consumidor, especialmente cuando ambas denominaciones se encuentran destinadas a distinguir productos de la misma





Resolución D.A.M.I. n.º

001032

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NOVAGYN, CLASE 05.

clase. En consecuencia, las semejanzas existentes, valoradas conjuntamente con la identidad de los productos y las circunstancias de su comercialización, resultan susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación empresarial, correspondiendo hacer lugar también a esta oposición.-----

Que, resulta evidente la similitud, 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, 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, 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 corresponde confirmar el Dictamen n.º 118/25, de la Jefatura de la Segunda 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 FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH contra LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. sobre oposición al registro





Resolución D.A.M.L. n.º

001032

POR LA CUAL SE DECLARAN PROCEDENTES Y SE HACE LUGAR A LAS ACCIONES DEDUCIDAS POR FARMEDIS S.A. Y SANOFI-AVENTIS DEUTSCHLAND GMBH CONTRA LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA NOVAGYN, CLASE 05.

de marca "NOVAGYN" clase 05, Expediente n° 2263578 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A.

Artículo 2.- RECHAZAR la solicitud de registro de la marca "NOVAGYN" clase 05, Expediente n° 2263578 solicitada por LABORATORIOS DE PRODUCTOS ETICOS C.E.I.S.A.

Artículo 3.- NOTIFÍQUESE por cédula.



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.I. n.° **001033**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 44.

Asunción, 15 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VERLIN GALE RAY JR contra SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. sobre oposición al registro de la marca BIENESTAR 360, clase 44, y,

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BIENESTAR 360, solicitada para la clase 44, en base al registro de marca 360, en la clase 35, 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 **001033**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 44.-----

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, entre las marcas en pugna BIENESTAR 360 (solicitada) y 360 (oponente), destinadas a distinguir servicios de las Clases 44 y 35, respectivamente, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen las denominaciones enfrentadas y sin efectuar desmembraciones artificiales de sus elementos. En tal sentido, la determinación de confundibilidad exige ponderar integralmente las semejanzas y diferencias existentes entre las marcas, conjuntamente con la naturaleza y relación de los servicios que pretenden distinguir, a fin de establecer si tales circunstancias resultan susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, desde el aspecto gráfico y ortográfico, BIENESTAR 360 y 360 presentan una conformación diferenciable. La denominación solicitada se encuentra integrada por la expresión BIENESTAR seguida del elemento numérico 360, mientras que la marca oponente está constituida exclusivamente por el elemento 360. Si bien ambas expresiones coinciden en dicho





Resolución D.A.M.L n. ° **001033**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 44.-----

elemento numérico, esta coincidencia no determina, por sí sola, una semejanza suficiente entre los conjuntos denominativos. En efecto, la marca solicitada incorpora la expresión BIENESTAR, que constituye un elemento adicional de apreciable extensión y que otorga a la composición una fisonomía visual propia frente a la marca oponente. Estas diferencias, apreciadas en la totalidad de cada denominación, permiten su individualización por parte del público consumidor.-----

Que, en cuanto al aspecto fonético, si bien ambas marcas presentan coincidencia en la pronunciación del elemento 360, la impresión auditiva que producen en su conjunto resulta diferenciada. BIENESTAR 360 incorpora una expresión verbal previa que modifica sustancialmente la extensión, ritmo y cadencia de la denominación solicitada, mientras que 360 se limita a la pronunciación del elemento numérico. De este modo, la incorporación de BIENESTAR introduce una diferenciación sonora perceptible y suficiente para distinguir ambas expresiones en su percepción auditiva. En consecuencia, la coincidencia fonética parcial advertida no alcanza entidad suficiente para generar una impresión confundible entre BIENESTAR 360 y 360.-----

Que, asimismo, cabe señalar que la parte oponente refiere en su escrito de oposición a la titularidad de otras marcas que incorporan el elemento 360, tales como 360 ACTION SPORTS y 360 SNEAKER STORE, registradas en diversas clases, además de la marca 360 invocada como fundamento de la presente oposición. Al respecto, si bien dichas marcas comparten el elemento 360 con la marca solicitada, las expresiones adicionales que las acompañan ACTION SPORTS y SNEAKER STORE les confieren una conformación denominativa propia y una impresión de conjunto diferenciada. Asimismo, debe considerarse que las coberturas correspondientes a dichas marcas se encuentran comprendidas en clases distintas de la Clase 44 de la marca solicitada BIENESTAR 360, circunstancia que, atendiendo a la naturaleza específica de los servicios enfrentados, refuerza la diferenciación existente. En consecuencia, la sola coincidencia en el



Resolución D.A.M.L n. ° 001033

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 44.-----

elemento 360 no resulta suficiente, por sí misma, para determinar la existencia de riesgo de confusión, debiendo valorarse las marcas en su integridad y atendiendo a los elementos que las individualizan. Bajo este criterio, la incorporación de la expresión BIENESTAR en la marca solicitada constituye igualmente un elemento diferenciador relevante respecto de las marcas del oponente.-----

Que, a mayor abundamiento, la valoración de las denominaciones enfrentadas debe efectuarse considerando la percepción que razonablemente tendrá el consumidor medio de los servicios comprendidos en las Clases 44 y 35, quien se encontrará ante dos expresiones con una coincidencia parcial en el elemento 360, pero claramente diferenciadas por la presencia de BIENESTAR en la marca solicitada. La existencia de dicho elemento adicional, unido a la distinta composición de las marcas, resulta suficiente para permitir su individualización sin necesidad de realizar un análisis comparativo detenido.-----

Que, en cuanto a la relación entre los servicios, corresponde señalar que la marca solicitada BIENESTAR 360 se encuentra destinada a distinguir *servicios asistenciales, médicos, quirúrgicos, hospitalarios, de laboratorios, clínicos, medicina prepaga y planes de salud, comprendidos en la Clase 44*, de naturaleza eminentemente médica, asistencial y sanitaria. Por su parte, la marca oponente 360 se encuentra destinada a distinguir *servicios de la Clase 35 relacionados con publicidad, gestión empresarial, administración de empresas, servicios de secretariado, comercialización de prendas de vestir, calzados, artículos y equipos deportivos, productos y accesorios para fitness y marketing*. En consecuencia, los servicios enfrentados presentan una naturaleza, finalidad y función diferenciadas, pues mientras los servicios de la solicitante se orientan principalmente a la atención médica, asistencial y sanitaria, los servicios de la oponente se encuentran vinculados principalmente con actividades comerciales, publicitarias y empresariales.-----



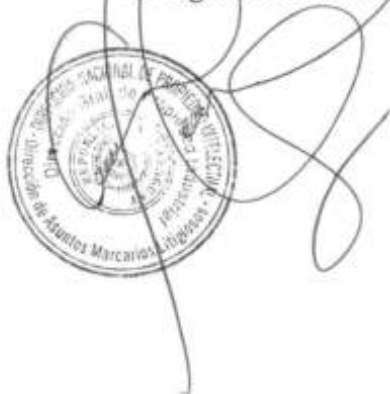
Resolución D.A.M.L n.° **001033**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 44.-----

Que, por tanto, efectuado el cotejo sucesivo y de conjunto de las marcas enfrentadas, se concluye que la coincidencia existente en el elemento 360 no resulta suficiente para generar riesgo de confusión o asociación, atendiendo a la incorporación de BIENESTAR en la marca solicitada, a las diferencias gráfico-fonéticas y conceptuales existentes entre las composiciones y, especialmente, a la distinta naturaleza y finalidad de los servicios comprendidos en las Clases 44 y 35. En consecuencia, las marcas BIENESTAR 360 y 360 presentan diferencias con entidad suficiente para evitar que el consumidor las perciba como provenientes de un mismo origen empresarial o vinculadas económicamente, resultando viable su coexistencia pacífica en el mercado.-----

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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas. -----

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 las marcas, sin detenerse en elementos aislados, ya que la coincidencia en elementos comunes a diversas marcas no resulta, en principio, suficiente para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre marcas que, aun compartiendo un elemento común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales. Esta consideración resulta aplicable al presente caso, en el que, pese a la coincidencia en el elemento 360, la incorporación de BIENESTAR en la marca solicitada, sumada a las diferencias existentes entre las denominaciones y a la distinta naturaleza de los servicios comprendidos en las Clases 44 y 35, permite al consumidor distinguirlas adecuadamente.”* -----





Resolución D.A.M.L n.º

001033

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 44.-----

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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”² -----*

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 en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

Que, la marca solicitada 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, 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° 546/26 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

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n.º **001033**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 44.-----

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VERLIN GALE RAY JR contra SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. sobre oposición al registro de la marca BIENESTAR 360, clase 44, Expediente n° 2546098 solicitada por SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BIENESTAR 360, clase 44, Expediente n° 2546098 solicitada por SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A.-----

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



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n.° 001034

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 16.

Asunción, 15 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VERLIN GALE RAY JR contra SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. sobre oposición al registro de la marca BIENESTAR 360, clase 16, y,

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BIENESTAR 360, solicitada para la clase 16, en base al registro de marca 360, en la clase 35, 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.° 001034

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, 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, entre las marcas en pugna BIENESTAR 360 (solicitada) y 360 (oponente), destinadas a distinguir productos de la Clase 16 y servicios de la Clase 35, respectivamente, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen las denominaciones enfrentadas y sin efectuar desmembraciones artificiales de sus elementos. En tal sentido, la determinación de confundibilidad exige ponderar integralmente las semejanzas y diferencias existentes entre las marcas, conjuntamente con la naturaleza y relación de los productos y servicios que pretenden distinguir, a fin de establecer si tales circunstancias resultan susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, desde el aspecto gráfico y ortográfico, BIENESTAR 360 y 360 presentan una conformación diferenciable. La denominación solicitada se encuentra integrada por la expresión BIENESTAR seguida del elemento numérico 360, mientras que la marca oponente está constituida exclusivamente por el elemento 360. Si bien ambas expresiones coinciden en dicho





Resolución D.A.M.L n.º 001034

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 16.-----

elemento numérico, esta coincidencia no determina, por sí sola, una semejanza suficiente entre los conjuntos denominativos. En efecto, la marca solicitada incorpora la expresión BIENESTAR, que constituye un elemento adicional de apreciable extensión y que otorga a la composición una fisonomía visual propia frente a la marca oponente. Estas diferencias, apreciadas en la totalidad de cada denominación, permiten su individualización por parte del público consumidor.-----

Que, en cuanto al aspecto fonético, si bien ambas marcas presentan coincidencia en la pronunciación del elemento 360, la impresión auditiva que producen en su conjunto resulta diferenciada. BIENESTAR 360 incorpora una expresión verbal previa que modifica sustancialmente la extensión, ritmo y cadencia de la denominación solicitada, mientras que 360 se limita a la pronunciación del elemento numérico. De este modo, la incorporación de BIENESTAR introduce una diferenciación sonora perceptible y suficiente para distinguir ambas expresiones en su percepción auditiva. En consecuencia, la coincidencia fonética parcial advertida no alcanza entidad suficiente para generar una impresión confundible entre BIENESTAR 360 y 360.-----

Que, asimismo, cabe señalar que la parte oponente refiere en su escrito de oposición a la titularidad de otras marcas que incorporan el elemento 360, tales como 360 ACTION SPORTS y 360 SNEAKER STORE, registradas en diversas clases, además de la marca 360 invocada como fundamento de la presente oposición. Al respecto, si bien dichas marcas comparten el elemento 360 con la marca solicitada, las expresiones adicionales que las acompañan ACTION SPORTS y SNEAKER STORE les confieren una conformación denominativa propia y una impresión de conjunto diferenciada. Asimismo, debe considerarse que las coberturas correspondientes a dichas marcas se encuentran comprendidas en clases distintas de la Clase 16 de la marca solicitada BIENESTAR 360, circunstancia que, atendiendo a la naturaleza específica de los productos y servicios enfrentados, refuerza la diferenciación existente. En consecuencia, la sola coincidencia





Resolución D.A.M.I. n.º 001034

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 16.

en el elemento 360 no resulta suficiente, por sí misma, para determinar la existencia de riesgo de confusión, debiendo valorarse las marcas en su integridad y atendiendo a los elementos que las individualizan. Bajo este criterio, la incorporación de la expresión BIENESTAR en la marca solicitada constituye igualmente un elemento diferenciador relevante respecto de las marcas del oponente.

Que, a mayor abundamiento, la valoración de las denominaciones enfrentadas debe efectuarse considerando la percepción que razonablemente tendrá el consumidor medio de los productos y servicios comprendidos en las Clases 16 y 35, quien se encontrará ante dos expresiones con una coincidencia parcial en el elemento 360, pero claramente diferenciadas por la presencia de BIENESTAR en la marca solicitada. La existencia de dicho elemento adicional, unido a la distinta composición de las marcas, resulta suficiente para permitir su individualización sin necesidad de realizar un análisis comparativo detenido.

Que, en cuanto a la relación entre los productos y servicios, corresponde señalar que la marca solicitada BIENESTAR 360 se encuentra destinada a distinguir *todos los artículos comprendidos en la Clase 16, entre ellos productos de papel y cartón, material impreso, artículos de papelería y escritorio, material de dibujo y para artistas, material de instrucción y enseñanza y materiales para embalaje*, mientras que la marca oponente 360 se encuentra destinada a distinguir *servicios de la Clase 35 relacionados con publicidad, gestión empresarial, administración de empresas, servicios de secretariado, comercialización de prendas de vestir, calzados, artículos y equipos deportivos, productos y accesorios para fitness y marketing*. En consecuencia, los productos y servicios enfrentados presentan una naturaleza, finalidad y función diferenciadas, pues mientras los productos de la solicitante corresponden principalmente a artículos materiales de papel, impresión, papelería, enseñanza y embalaje, los servicios de la oponente se encuentran vinculados principalmente con actividades comerciales, publicitarias y empresariales.





Resolución D.A.M.I. n.° **001034**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 16.-----

Que, por tanto, efectuado el cotejo sucesivo y de conjunto de las marcas enfrentadas, se concluye que la coincidencia existente en el elemento 360 no resulta suficiente para generar riesgo de confusión o asociación, atendiendo a la incorporación de BIENESTAR en la marca solicitada, a las diferencias gráfico-fonéticas y conceptuales existentes entre las composiciones y, especialmente, a la distinta naturaleza y finalidad de los productos y servicios comprendidos en las Clases 16 y 35. En consecuencia, las marcas BIENESTAR 360 y 360 presentan diferencias con entidad suficiente para evitar que el consumidor las perciba como provenientes de un mismo origen empresarial o vinculadas económicamente, resultando viable su coexistencia pacífica en el mercado.-----

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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas. -----

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 las marcas, sin detenerse en elementos aislados, ya que la coincidencia en elementos comunes a diversas marcas no resulta, en principio, suficiente para generar confusión. El consumidor tiene la capacidad de discriminar entre marcas que, aun compartiendo un elemento común, presentan suficientes diferencias gráficas, fonéticas o conceptuales. Esta consideración resulta aplicable al presente caso, en el que, pese a la coincidencia en el elemento 360, la incorporación de BIENESTAR en la marca solicitada, sumada a las diferencias existentes entre las denominaciones y a la distinta naturaleza de los productos y servicios comprendidos en las Clases 16 y 35, permite al consumidor distinguirlas adecuadamente.”* -----





Resolución D.A.M.L n.º **001034**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, 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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”*² -----

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 en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

Que, la marca solicitada 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, 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° 548/26 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**

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n.° 001034

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 16.

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VERLIN GALE RAY JR contra SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. sobre oposición al registro de la marca BIENESTAR 360, clase 16, Expediente n° 2545991 solicitada por SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A.

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BIENESTAR 360, clase 16, Expediente n° 2545991 solicitada por SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A.

Artículo 3.- NOTIFIQUESE por cédula:



ABG. JADYI ALVARENGA SUAREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos



Resolución D.A.M.L n. °

001035

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 42.-----

Asunción,

15 SEP 2026

VISTO:

El expediente caratulado: VERLIN GALE RAY JR contra SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. sobre oposición al registro de la marca BIENESTAR 360, clase 42, y,-----

CONSIDERANDO:

Que, se promueve oposición contra la solicitud de registro de la marca BIENESTAR 360, solicitada para la clase 42, en base al registro de marca 360, en la clase 35, 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 **001035**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, 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, entre las marcas en pugna BIENESTAR 360 (solicitada) y 360 (oponente), destinadas a distinguir servicios de las Clases 42 y 35, respectivamente, corresponde efectuar el cotejo sucesivo y de conjunto, atendiendo a la impresión general que producen las denominaciones enfrentadas y sin efectuar desmembraciones artificiales de sus elementos. En tal sentido, la determinación de confundibilidad exige ponderar integralmente las semejanzas y diferencias existentes entre las marcas, conjuntamente con la naturaleza y relación de los servicios que pretenden distinguir, a fin de establecer si tales circunstancias resultan susceptibles de generar riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.-----

Que, desde el aspecto gráfico y ortográfico, BIENESTAR 360 y 360 presentan una conformación diferenciable. La denominación solicitada se encuentra integrada por la expresión BIENESTAR seguida del elemento numérico 360, mientras que la marca oponente está constituida exclusivamente por el elemento 360. Si bien ambas expresiones coinciden en dicho



Resolución D.A.M.L n.º 001035

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 42.-----

elemento numérico, esta coincidencia no determina, por sí sola, una semejanza suficiente entre los conjuntos denominativos. En efecto, la marca solicitada incorpora la expresión BIENESTAR, que constituye un elemento adicional de apreciable extensión y que otorga a la composición una fisonomía visual propia frente a la marca oponente. Estas diferencias, apreciadas en la totalidad de cada denominación, permiten su individualización por parte del público consumidor.-----

Que, en cuanto al aspecto fonético, si bien ambas marcas presentan coincidencia en la pronunciación del elemento 360, la impresión auditiva que producen en su conjunto resulta diferenciada. BIENESTAR 360 incorpora una expresión verbal previa que modifica sustancialmente la extensión, ritmo y cadencia de la denominación solicitada, mientras que 360 se limita a la pronunciación del elemento numérico. De este modo, la incorporación de BIENESTAR introduce una diferenciación sonora perceptible y suficiente para distinguir ambas expresiones en su percepción auditiva. En consecuencia, la coincidencia fonética parcial advertida no alcanza entidad suficiente para generar una impresión confundible entre BIENESTAR 360 y 360.-----

Que, asimismo, cabe señalar que la parte oponente refiere en su escrito de oposición a la titularidad de otras marcas que incorporan el elemento 360, tales como 360 ACTION SPORTS y 360 SNEAKER STORE, registradas en diversas clases, además de la marca 360 invocada como fundamento de la presente oposición. Al respecto, si bien dichas marcas comparten el elemento 360 con la marca solicitada, las expresiones adicionales que las acompañan ACTION SPORTS y SNEAKER STORE les confieren una conformación denominativa propia y una impresión de conjunto diferenciada. Asimismo, debe considerarse que las coberturas correspondientes a dichas marcas se encuentran comprendidas en clases distintas de la Clase 42 de la marca solicitada BIENESTAR 360, circunstancia que, atendiendo a la naturaleza específica de los servicios enfrentados, refuerza la diferenciación existente. En consecuencia, la sola coincidencia en el



Resolución D.A.M.I. n.º **001035**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 42.-----

elemento 360 no resulta suficiente, por sí misma, para determinar la existencia de riesgo de confusión, debiendo valorarse las marcas en su integridad y atendiendo a los elementos que las individualizan. Bajo este criterio, la incorporación de la expresión BIENESTAR en la marca solicitada constituye igualmente un elemento diferenciador relevante respecto de las marcas del oponente.-----

Que, a mayor abundamiento, la valoración de las denominaciones enfrentadas debe efectuarse considerando la percepción que razonablemente tendrá el consumidor medio de los servicios comprendidos en las Clases 42 y 35, quien se encontrará ante dos expresiones con una coincidencia parcial en el elemento 360, pero claramente diferenciadas por la presencia de BIENESTAR en la marca solicitada. La existencia de dicho elemento adicional, unido a la distinta composición de las marcas, resulta suficiente para permitir su individualización sin necesidad de realizar un análisis comparativo detenido.-----

Que, en cuanto a la relación entre los servicios, corresponde señalar que la marca solicitada BIENESTAR 360 se encuentra destinada a distinguir *servicios de investigación científica con fines médicos de la Clase 42*, de naturaleza eminentemente científica y especializada. Por su parte, la marca oponente 360 se encuentra destinada a distinguir *servicios de la Clase 35 relacionados con publicidad, gestión empresarial, administración de empresas, servicios de secretariado, comercialización de prendas de vestir, calzados, artículos y equipos deportivos, productos y accesorios para fitness y marketing*. En consecuencia, los servicios enfrentados presentan una naturaleza, finalidad y función diferenciadas, pues mientras los servicios de la solicitante se orientan a la investigación científica con fines médicos, los servicios de la oponente se encuentran vinculados principalmente con actividades comerciales, publicitarias y empresariales.-----





Resolución D.A.M.I. n.° **001035**

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 42.

Que, por tanto, efectuado el cotejo sucesivo y de conjunto de las marcas enfrentadas, se concluye que la coincidencia existente en el elemento 360 no resulta suficiente para generar riesgo de confusión o asociación, atendiendo a la incorporación de BIENESTAR en la marca solicitada, a las diferencias gráfico-fonéticas y conceptuales existentes entre las composiciones y, especialmente, a la distinta naturaleza y finalidad de los servicios comprendidos en las Clases 42 y 35. En consecuencia, las marcas BIENESTAR 360 y 360 presentan diferencias con entidad suficiente para evitar que el consumidor las perciba como provenientes de un mismo origen empresarial o vinculadas económicamente, resultando viable su coexistencia pacífica en el mercado.

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 reflexiva pues, ésta contagia a quien las percibe, de una sensación de semejanza. Al respecto, vemos que existe suficiente discrepancia entre las mismas.

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. Esta consideración resulta aplicable al presente caso, en el que, pese a la coincidencia en el elemento 360, la incorporación de BIENESTAR en la marca solicitada, sumada a las diferencias existentes entre las denominaciones y a la distinta naturaleza de los servicios comprendidos en las Clases 42 y 35, permite al consumidor distinguirlas adecuadamente.”*





Resolución D.A.M.I. n.º 001035

POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, 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 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 integrado de cada marca confrontada, sin descomponer su unidad fonética y gráfica.”*² -----

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 en el artículo n° 2 de la Ley de Marcas n° 1294/98 y que reúne los requisitos de novedad, especialidad y originalidad. -----

Que, la marca solicitada 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, 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° 547/26 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

² Dr. Fernández Novoa – Fundamentos de Derecho de Marcas – Pag 199.





Resolución D.A.M.L n.° ~~001035~~

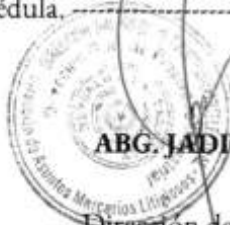
POR LA CUAL SE DECLARA IMPROCEDENTE Y NO SE HACE LUGAR A LAS ACCIÓN DEDUCIDA POR VERLIN GALE RAY JR CONTRA SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. SOBRE OPOSICIÓN AL REGISTRO DE LA MARCA BIENESTAR 360, CLASE 42.-----

RESUELVE:

Artículo 1.- DECLARAR improcedente y no hacer lugar a la acción deducida por VERLIN GALE RAY JR contra SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A. sobre oposición al registro de la marca BIENESTAR 360, clase 42, Expediente n° 2546095 solicitada por SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A.-----

Artículo 2.- DISPONER la prosecución de trámites de la solicitud de registro de la marca BIENESTAR 360, clase 42, Expediente n° 2546095 solicitada por SANATORIO MIGONE BATTILANA S.A.-----

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



ABG. JADYI ALVARENGA SUÁREZ

Directora

Dirección de Asuntos Marcarios Litigiosos