



**Tribunal
de Propiedad
Industrial**

BOLETÍN DE JURISPRUDENCIA MARCARIA

CONTENIDO

I.	Rechazos administrativos	1
	MAR DE JUAN FERNÁNDEZ	1
	MARCA FIGURATIVA	4
	MARCA TRIDIMENSIONAL	6
	MARCA TRIDIMENCIONAL CAPEL	8
	CLOUD PROMO	10
	UNLIMIT	12
	WERKLIN	14
	TECNOLOGIAS GLOBALES DE IMPACTO GLOBAL.....	16
	PIERRE CARDIN	18
	MARCA DE POSICION.....	20
II.	Demandas de oposición	22
	ZOA	22
	INALOG	24
	FUENTE DE SODA ALEMANA	26
III.	Demandas de Nulidad	28
	ARM	28
	CAPITALIZARME BY LECAROS GROUP.....	30
	AXIS.....	33
IV.	Otros recursos	35
	CE	35

I. Rechazos administrativos

MAR DE JUAN FERNÁNDEZ

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letras e) y j) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada

Solicitud N° 1.521.598

Solicitante: PESQUERA KARIN ULLOA RIVERA EIRL

Marca Mixta:



Clase 29: Carne, carne de ave, pescado, mariscos, frutas, verduras, legumbres congeladas.

Clase 35: Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de aparatos de gimnasia, aparatos para ejercicios físicos, ropa, calzado, complementos alimenticios a base de proteínas, complementos nutricionales, suplementos nutricionales, suplementos alimenticios a base de proteínas, servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de anzuelos, hilos de materias plásticas que no sean para uso textil, trajes de supervivencia, zapatos para protección contra accidentes e incendios, botas de deporte, vehículos, carpas, servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de carne, carne de ave, pescado, mariscos que no estén vivos, frutas congeladas, verduras, hortalizas y legumbres congeladas, pan, pizzas, crustáceos vivos, crustáceos que no estén vivos, servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de bebidas cola, servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de limpieza, servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de cosméticos, polvos cosméticos, jabones cosméticos, bálsamo para el cabello, labiales cremosos, sales de baño, agua micelar, aceites esenciales, aceite para masaje, perfumes, lociones para el cuidado de la cara y el cuerpo, enjuague bucal, espuma

de baño, gel de ducha y baño, gel para el cabello, cremas cosméticas, preparaciones desmaquillantes.

Indicación geográfica

Distintividad del conjunto

La sentencia del INAPI de fecha once de octubre del año dos mil veintitrés, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en las causales de irregistrabilidad de letras e) y j) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial.

Respecto de la letra e), la resolución indica que el signo solicitado es un conjunto indicativo y carente de distintividad, puesto que corresponde a una expresión compuesta por lo términos “Mar de Juan Fernández”, archipiélago o conjunto de islas ubicado en el Pacífico Sur con biosfera singular que se caracteriza por la presencia de peces, crustáceos y mariscos.

Para el resolutor se trata un conjunto que en su estructura y extensión no contiene elementos distintivos siendo indicativo de origen de los productos y servicios que solicita, que se configura a partir de un término susceptible de utilizarse para una multiplicidad de oferentes en el mercado. Además, considera, que el signo solicitado es similar a la Indicación Geográfica Cangrejo Dorado de Juan Fernández, que protege Cangrejo no vivo, clase 29, incurriendo en la causal de la letra j) del artículo 20 de la ley del ramo.

La peticionaria apela señalando que “Mar de Juan Fernández”, no es un término de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, ni describe los productos o servicios requerido, poseyendo la distintividad necesaria, al no corresponder a la designación usual de los productos o servicios ni describir sus características, siendo más bien un signo de carácter evocativo.

Además, alega que han sido concedidas otras marcas con similares características, tales como” “LANGOSTA DE JUAN FERNANDEZ” registro N°943.599; “MARES DE JUAN FERNANDEZ” registro N° 1.226.248; “CHILE ES MAR” registro N°1.200.323, entre otros.

Con fecha veintinueve de noviembre del año dos mil veintitrés el Tribunal de apelación revoca parcialmente la resolución de primer grado. En lo que dice relación con la letra j) del artículo 20 de la ley del ramo, estimó que pese a compartir el signo pedido algunas palabras con el citado, particularmente, se trata de una expresión que no incluye los términos “cangrejo dorado”, por una parte y “mar de”, todo lo cual da origen a un conjunto que se aleja de la indicación geográfica invocada.

Respecto a la letra e) los sentenciadores de segunda instancia estimaron que efectivamente se configura dicha causal de irregistrabilidad, ya que la expresión “Mar de

Juan Fernández” corresponde a la denominación que identifica a un área marina protegida en la zona del archipiélago de Juan Fernández, quedando rechazada la marca por dicha causal.

PPF

ROL TDPI N° 001824-2023
MAQ-AAP-PFR

MARCA FIGURATIVA

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letra e) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada
<p>Solicitud N° 1.518.839 Solicitante: Bombones Varsoviennne S.A. Marca figurativa:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Clase 30: Cacao, chocolate; bombones de azúcar; bombones de chocolate; barras de chocolate; bebidas a base de chocolate; bizcocho y bombones de chocolate y nueces; chocolate caliente; chocolate para confitería y pan; chocolates en polvo; corteza de chocolate con granos de café molidos; dulces de chocolate; frutos secos recubiertos de chocolate; masa para bizcochos de chocolate con nueces [brownies]; mousse de chocolate; pastas de chocolate; pretzel recubiertos de chocolate; salsa de chocolate; sirope de chocolate; mezclas de cacao.</p>
Marca figurativa
Representación específica de las posibles formas de simbolizar una imagen

La sentencia del INAPI de fecha once de septiembre del año dos mil veintitrés, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra e) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, por considerar que el signo correspondía a una marca de diseño habitual en el mercado para diversos productos tipo dulces o golosinas.

Apela la peticionaria argumenta que la marca a lo más debería considerarse evocativa para la cobertura que requiere.


Revisada en alzada, el TDPI por sentencia pronunciada con fecha dos de noviembre del año dos mil veintitrés, revocó el fallo apelado, concluyendo que la etiqueta requerida corresponde a un signo caricaturesco donde lo que se solicita es una representación específica de las muchas posibles formas de simbolizar una imagen de un sombrero de bruja, siendo susceptible de recibir amparo marcario. Además, para el resolutor la figura solicitada, tal como ha sido presentada, es distintiva respecto a la cobertura pedida y su registro no obsta a que otras figuras diferentes coexistan en el mercado.

GCG

ROL TDPI N° 1748-2023
CIM-AAP-PFR

MARCA TRIDIMENSIONAL

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letras e) y f) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada
<p>Solicitud N° 1.515.525 Solicitante: Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. Marca Tridimensional:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Clase 29: Papas fritas; nueces preparadas; semillas preparadas (semillas de girasol preparadas, semillas de marañón preparadas, semillas de sésamo cocidas, que no sean condimentos ni saborizantes, semillas de sésamo tostadas y molidas). Clase 30: Bocadillos a base de maíz; Cabritas (palomitas de maíz).</p>
<p>Marca tridimensional</p> <p>Falta distintividad</p> <p>Registros en el extranjero requisitos sustantivos en el país de origen</p>

La sentencia del INAPI de fecha seis de septiembre del año dos mil veintitrés, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentada en las letras e) y f) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, por considerar que la marca corresponde a un producto alimenticio, que representa una masa enrollada para distinguir snacks, por lo que su registro puede inducir a error o engaño a los consumidores acerca de la verdadera naturaleza de los productos al generar la expectativa o la falsa percepción de que están adquiriendo cierto tipo de snacks consistentes en frutos secos, cabritas o semillas, pero que en realidad corresponden a una categoría de alimentos distintos consistentes en rollitos o barquillos enrollados elaborados a base de harina.

La peticionaria apela señalando que es la legítima creadora, titular y usuaria de la marca pedida consistente en una forma tridimensional para sus reconocidos productos TAKIS. Señala que desde el lanzamiento de la marca ha iniciado una fuerte campaña de

posicionamiento, incluso como auspiciador oficial de la selección mexicana de fútbol. Hace presente que la marca que pide registrar fue declarada famosa en México por el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial. Además, indica que el signo requerido, se encuentra registrado en Perú, México, Argentina, Marruecos, Costa Rica, Uruguay, Nicaragua, Panamá, Emiratos Árabes y Bolivia, entre otros.

Revisada en alzada, por sentencia pronunciada con fecha veintitrés de noviembre del año dos mil veintitrés se confirma la resolución de rechazo, en lo que dice relación a la letra e) y, se revoca en lo referente a la letra f), ambos del artículo 20 de la ley del ramo.

Respecto de la letra e), señala que la solicitud corresponde a un barquillo doblado en forma de espiral en tonos azul, en seis vistas, cuatro de ellas en forma vertical, otra horizontal y la última se ve el interior de la figura por lo que no se ve en ella fuerza distintiva que le permita identificarse en el mercado por su forma respecto de otros barquillos que corresponden a formas circulares planas con la misma forma y función, todo lo cual contribuye a la imposibilidad de percibir la identidad del signo solicitado.

El Tribunal, emite pronunciamiento respecto de los registros previos en el extranjero, estableciendo que “no existen antecedentes sobre cómo se obtienen estos registros y que requisitos sustantivos se superaron en su país de origen para lograr la protección marcaria”.

Finalmente, revoca la letra f), al no advertirse como la seña pedida, puede ser inductiva a error o engaño a los consumidores.

La sentencia no fue recurrida de casación.

PPF

ROL TDPI N° 001640-2023
MAQ-CIM-PFR

MARCA TRIDIMENSIONAL CAPEL

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letras e) y f) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
<p>Solicitud N° 1504339 Solicitante: Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Limitada. Marca tridimensional:</p>  <p style="text-align: center;">CAPEL</p> <p>Clase 32: cervezas; aguas minerales; bebidas sin alcohol; zumos de frutas; siropes para bebidas; preparaciones para elaborar bebidas sin alcohol Clase 33: bebidas alcohólicas excepto cerveza</p>	<p>Artículos 19 y 20 letras e) y f) de la Ley de Propiedad Industrial.</p> <p>La marca tridimensional pedida corresponde en su forma a una imitación de una escultura monolítica de nombre “Moai” reconocida como parte integrante de la cultura Rapanui, grupo originario de Chile</p>
<p>Marca tridimensional</p> <p>Falta de distintividad</p> <p>Expresiones culturales de pueblos originarios</p>	

La sentencia del INAPI de fecha veintinueve de septiembre del año dos mil veintitrés, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en las letras e) y f) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, por considerar que el signo era la forma de una estatua monolítica propia de la cultura del pueblo RAPA NUI, originario de Chile, por

lo que se trata de un signo descriptivo o indicativo cuyo registro podría prestarse para inducir error o engaño en relación con el ámbito de protección.

Revisada en alzada, el TDPI por sentencia pronunciada con fecha veintiséis de diciembre del año dos mil veintitrés, confirma el fallo apelado. En efecto, sostiene que la marca tridimensional solicitada “carece de la capacidad distintiva necesaria para asociar el producto pedido con un origen mercantil de los mismos, ya que los “Moai” corresponden a la expresión cultural y tradicional de los habitantes de la isla de pascua y a sus características y atributos asociados a dicho grupo humano, por lo que no era posible beneficiarse de sus expresiones culturales ya que forman parte de un patrimonio cultural inmaterial de los Pueblos Indígenas, consagradas en nuestro ordenamiento jurídico”.

Asimismo, agrega que el signo solicitado es inductivo a error o engaño al existir una vinculación entre la cobertura requerida y el pueblo originario RAPA NUI, por tanto, no es susceptible de protección marcaria.

En contra de lo resuelto no se presentó recurso de casación, quedando la causa ejecutoriada.

GCG

ROL TDPI N° 1748-2023
CIM-AAP-PFR

CLOUD PROMO

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letra h) inciso 1° de la Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
<p>Solicitud N° 1519470 Solicitante: Fidel Ernesto Caupolicán Lagos Aguirre. Marca mixta:</p> <div data-bbox="395 748 587 936" data-label="Image"> </div> <p>Clase 42: creación de programas informáticos; servicios de asesoramiento en materia de desarrollo y mejora de la calidad del software; programación de ordenadores; facilitación de software en línea no descargable; diseño de software y hardware; alquiler de software; actualización y mantenimiento de software informático; análisis de filtros; almacenamiento electrónico de datos; arrendamiento de hardware y software; desarrollo de productos para terceros; servicios de ingeniería de software para el procesamiento de datos; consultoría sobre tecnología informática; diseño de aparatos e instrumentos mecánicos, electromecánicos y optoelectrónicos; alquiler de aparatos de procesamiento de datos; diseño de máquinas, aparatos e instrumentos incluidas sus partes o sistemas compuestos de tales máquinas, aparatos e instrumentos; investigación técnica; siembra de nubes.</p>	<p>Artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la Ley de Propiedad Industrial. Registro N° 1139592 Marca:</p> <div data-bbox="884 752 1278 898" data-label="Image"> </div> <p>Protege servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software, de la clase 42.</p>

Signos diferenciables por sus complementos

La sentencia del INAPI de fecha trece de septiembre del año dos mil veintitrés, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra h) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, por considerar las semejanzas gráficas y fonéticas determinantes de los signos y la posibilidad que su registro se preste para inducir en confusión.

Apela la peticionaria, fundamentándose en que las evidentes diferencias existentes entre los signos, no inducirá en confusión a los usuarios.

El TDPI por sentencia pronunciada con fecha catorce de noviembre del año dos mil veintitrés, revocó el fallo en alzada argumentando que en el signo pedido el elemento determinante y principal corresponde a la expresión CLOUD, que difiere absolutamente de la expresión IMPORT, incorporado en el registro previo, por lo tanto, los signos pueden coexistir en el mercado sin inducir en confusión al público usuario de los servicios.

GCG

ROL TDPI N° 1864-2023
MAQ-CIM-PFR

UNLIMIT

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letra h) inciso 1° de la Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
<p>Solicitud N° 1525473 Solicitante: Jung Suk Joo Lee. Marca mixta:</p>  <p>Clase 25: Gorros (sombrerería).</p>	<p>Artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la Ley de Propiedad Industrial. Registro N° 1.198.622 Marca:</p>  <p>Protege Prendas de vestir, calzado, artículos sombrerería, de la clase 25.</p>
<p>Similitud fonética como motivo de confusión en los consumidores</p>	

La sentencia del INAPI, de fecha veinticinco de octubre del año dos mil veintitrés, rechazo de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra h) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, por considerar las semejanzas gráficas y fonéticas determinantes de los signos y las que se presten para inducir en confusión.

Apela la peticionaria, fundamentándose en que las marcas presentan diferencias suficientes como para coexistir pacíficamente en el mercado.

Revisada en alzada, el TDPI, por sentencia pronunciada con fecha dos de enero del año dos mil veinticuatro, confirma el fallo en alzada, al sostener que la sola eliminación de las letras “ed” finales del signo previamente registrado, no corresponden a un cambio fundamental, puesto que, desde el punto fonético los signos se escuchan parecidos, lo cual será motivo de confusión entre los usuarios, especialmente al hacer publicidad de éstos por medios verbales.

En contra de lo resuelto no se presentó recurso de casación, quedando la causa ejecutoriada.

GCG

ROL TDPI N° 1864-2023
MAQ-CIM-PFR

WERKLIN

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letra h) inciso 1° de la Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
<p>Solicitud N° 1525676 Solicitante: Jorge Luis Abate Barra. Marca mixta:</p> <p style="text-align: center;">WERKLIN</p> <p>Clase 3: productos de limpieza Clase 35: servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 3; Clase 35: servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 21.</p>	<p>Artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la Ley de Propiedad Industrial. Registro N° 874.104 Marca:</p> <p style="text-align: center;">VERCLIN3</p> <p>Protege preparaciones para blanquear de uso cosmético, para el cabello, para blanquear la piel, preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar, jabones no medicinales, artículos y productos de perfumería, cremas corporales, faciales y para el cabello, shampoo, talco, jabón no medicinal, agua de colonia; aceites esenciales, cosméticos y preparaciones cosméticas, lociones para el cabello, dentífrico, no medicinal, detergentes y productos de limpieza, productos de tocador y cosmética que no sean medicinales, de la clase 3.</p>
Signos de estructura similar posible confusión a los consumidores	

La sentencia del INAPI de fecha veinticinco de octubre del año dos mil veintitrés, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra h) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, por considerar las semejanzas gráficas y fonéticas determinantes de los signos y las que se presten para inducir en confusión.

Apela la peticionaria, fundamentándose en que existen suficientes diferencias entre las marcas en conflicto, las cuales pueden ser apreciadas fácilmente por el público consumidor.

El TDPI, por sentencia pronunciada con fecha trece de diciembre del año dos mil veintitrés, confirma el fallo en alzada, estimando que entre los signos en pugna, “WERKLIN” vs. “VERCLIN3”, se advierten semejanzas especialmente fonéticas, puesto que se trata de conjuntos constituidos de la misma forma, adicionando la estrecha relación de cobertura lleva a concluir que el otorgamiento de la solicitud representará riesgo de confusión para los consumidores.

En contra de lo resuelto no se presentó recurso de casación, quedando la causa ejecutoriada.

GCG

ROL TDPI N° 1911-2023
MAQ-CIM-AAP

TECNOLOGIAS GLOBALES DE IMPACTO GLOBAL

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letras e) y f) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada
<p>Solicitud N° 1.527.971 Solicitante: Universidad de Chile Marca denominativa:</p> <p style="text-align: center;">TECNOLOGIAS GLOBALES DE IMPACTO GLOBAL</p> <p>Clase 35: Servicios de consultoría de negocios; publicidad a través de todos los medios de comunicación; estudios de mercado; estudios de viabilidad de negocios; estudios de investigación de mercado; consultoría de gestión industrial. Clase 41: Organización de seminarios, conferencias, simposios; organización de cursos de capacitación en instituciones educacionales; organización de talleres profesionales y cursos de capacitación; organización y dirección de conferencias. Clase 42: Investigaciones científicas y tecnológicas; consultoría tecnológica. Clase 45: Consultoría en derecho de propiedad industrial y derechos de autor; consultoría relacionada con la concesión de licencias de propiedad industrial y derecho de autor.</p>
Condiciones para declarar marca distintiva por uso

La resolución de INAPI de veinticuatro de noviembre de dos mil veintitrés rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentada en las letras e) y f) del artículo 20 de la Ley del ramo, por construirse en base a los conjuntos que indican de manera directa al público consumidor acerca de una presunta característica, aplicación y/o destinación de los servicios, induciendo al mismo tiempo a error en relación al ámbito de protección que no se refiera o no se relacione a las tecnologías de la denominación pedida.

La peticionaria apela indica que la Universidad de Chile el 2018 lanzó un proyecto de internacionalización en innovación y desarrollo auspiciado por Corfo y Santibu, “marketplace” más destacadas en gestión de Propiedad Intelectual. Señala que el signo debe ser apreciado en su conjunto, y como tal tiene carácter evocativo. Señala que el signo ha sido usado en el comercio nacional para distinguir los servicios requeridos.

Revisada en alzada, por sentencia pronunciada con fecha veinticuatro de enero del año dos mil veinticuatro, se confirma la resolución apelada, en lo que dice relación a la letra e) y, se revoca la letra f), ambos del artículo 20 de la ley del ramo.

Respecto de la letra e), señala la marca se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad en comento, al estar conformada por expresiones que son de dominio público. En efecto, el elemento dominante es “TECNOLOGIAS” siendo sus complementos solo palabras descriptivas respecto del concepto principal.

En relación al uso previo la sentencia señala que para que una marca genérica devengue en distintiva se requiere de un conjunto de acciones de mercado, como su publicidad; antecedentes que dan cuenta de la comercialización de la marca, a través de facturas emitidas con referencia al tiempo durante el cual ese uso se ha manifestado, su extensión, todo lo cual debe dar cuenta de una vinculación de la expresión con un único origen empresarial, lo que no se encuentra acreditado respecto de la denominación cuyo registro se solicita.

La sentencia no fue recurrida de casación.

PPF/MAF

ROL TDPI N° 000022-2024
CIM-AAP-PFR

PIERRE CARDIN

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letra h) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
Solicitud N° 1.526.721 Solicitante: SOCIETE DE GESTION PIERRE CARDIN Marca denominativa: <p style="text-align: center;">PIERRE CARDIN</p> Clase 9: Gafas; cadenas para gafas; estuches para gafas; anteojos (óptica); gafas 3D; gafas de sol; monturas de gafas.	Artículos 19 y 20 letra h) de la Ley de Propiedad Industrial. Registro N° 906.015 Marca denominativa: <p style="text-align: center;">CARDIN</p> Clase 9: Lentes, quevedos, anteojos y lentes para el sol, lentes ópticos, monturas para gafas.
Marca famosa y notoria Criterio de diferenciación de los nombres	

La sentencia del INAPI, de fecha veintiséis de octubre del año dos mil veintitrés rechazó de oficio el signo solicitado fundamentado en la letra h) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, por considerar que las marcas eran semejantes, lo que provocaría confusión en cuanto a la procedencia empresarial de los servicios a distinguir.

Apela la peticionaria, fundamenta su recurso en el hecho que la marca fue creada por el diseñador Pietro Constante Cardin en 1950. Señala que sus diseños adelantados a su época lo hicieron conocida durante los años sesenta, siendo la primera marca en lanzar una colección de moda unisex, en los años setenta.

El fallo de segunda instancia, de veinte de diciembre del año dos mil veintitrés, revoca la resolución de primera instancia, al estimar que más allá del origen del signo y lo destacado del mismo, que permite una clara diferenciación en el mercado, al ser el signo pedido un nombre propio, en esta caso un nombre y un apellido que identifica claramente a una persona determinada, se trata de una marca que gozará de una fuerza distintiva propia, que no se confundirá con un registro previo como el referido para la observación de oficio.

En este sentido, discurre el sentenciador y procede a aplicar el criterio de los nombres señalando que “CARDIN” que es un apellido, no es semejante en grado de poder generar confusión entre los consumidores, a “PIERRE CARDIN”, que es el nombre de un


destacado diseñador de moda francés de origen italiano, que por lo demás ha registrado su nombre como marca comercial para vestuario y productos de moda ampliamente en distintos países del mundo.

PFP/MAF

ROL TDPI N° 001915-2023
CIM-AAP-PFR

MARCA DE POSICION

Observación de fondo: artículos 19 y 20, letra e) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada
<p>Solicitud N° 1504512 Solicitante: Vans, Inc. Marca de Posición:</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Clase 25: Calzado.</p>
Marca de posición
Distintividad por combinación de diseño y ubicación

La sentencia del INAPI de fecha veinte de octubre del año dos mil veintitrés, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentada en la letra e) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial. Se establece que la marca de posición encuentra su distintividad en la ubicación habitual de un determinado elemento característico, de forma que esa ubicación debe ser suficientemente llamativa e individualizadora, permitiendo al consumidor identificar el origen empresarial por el lugar específico donde se ubica el signo.

De este modo, para el resolutor de la instancia la falta de distintividad del signo pedido recae en la configuración del mismo, es decir, teniendo en cuenta sus elementos en conjunto, puesto que a pesar de que pretende reivindicar la ubicación o posición de una secuencia de cuadros en un calzado situándola en la porción ubicada en el borde de la suela, tal acción no le permite al consumidor contar con los elementos de juicio necesarios para individualizarlo en el mercado y atribuirle su respectivo origen empresarial.

La peticionaria apela señalando que la figura del tablero de damas goza de fama y notoriedad, lo cual ha sido reconocido por INAPI, en sentencia de 25 de febrero de 2019, en relación con la oposición deducida por la peticionaria en contra de la solicitud N° 1.277.124.

El Tribunal con fecha veinte de diciembre del año dos mil veintitrés revocó la resolución apelada, estimando que la marca de posición pedida contaba con la distintividad necesaria, dada por la combinación derivada del peculiar diseño de cuadrulado en dos tonalidades, claro/oscuro, posicionado en un lugar específico de la zapatilla.

PPF

ROL TDPI N° 001898-2023
CIM-AAP- PFR

II. Demandas de oposición**ZOA****Oposición:** artículos 19 y 20, letras f) y h) inciso 1° Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento oposición
Solicitud N° 1411587 Solicitante: INVERSIONES OTTONE LIMITADA Marca denominativa: <p style="text-align: center;">ZOA</p> Clase 32: Bebidas energéticas.	Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: CLAUDIO BURGOS SEPÚLVEDA Solicitud N°1404092 <p style="text-align: center;">ZOA ENERGY DRINK</p> Clase 32.
Valoración de la prueba Prueba de creación	

El oponente argumenta que entre el signo pedido y su marca existen similitudes gráficas y fonéticas, por cuanto la expresión “ZOA” resulta idéntica a la marca creada y solicitada con anterioridad, que además es solicitada para distinguir productos totalmente idénticos.

La sentencia del INAPI de fecha treinta y uno de agosto del año dos mil veintitrés, acoge la demanda de oposición y rechaza de oficio el signo pedido, al estimar que los signos en discusión concuerdan exactamente en la locución ZOA, sin que la marca solicitada posea algún otro elemento que permita diferenciar una marca de otra, sino que por el contrario, el público especulará que es una derivación de la marca del actor o que tienen un mismo origen empresarial

Dicha sentencia fue apelada por la solicitante, quien en su recurso señala que existen diferencias gráficas y fonéticas entre las marcas en pugna, además que ésta goza

de fama y notoriedad en el extranjero siendo titular de la marca ZOA en distintas jurisdicciones, por lo cual no existe riesgo de confusión o engaño entre el público consumidor.

Revisada en alzada, el TDPI, por sentencia pronunciada con fecha dos de noviembre del año dos mil veintitrés se revoca la sentencia, por estimar que con la prueba acompañada por el peticionario era suficiente para acreditar ser el auténtico creador del signo “ZOA”, además de su uso abundante en el mercado, por lo cual concluye que, el solicitante posee un mejor derecho para registrarlo, sin que induzca en confusión, error o engaño a los consumidores, respecto al verdadero origen empresarial de los productos a distinguir en clase 32.

Acordada con el voto en contrario del Ministro Sr. Marco Arellano Quiroz, quien estuvo por confirmar el fallo en alzada. Como primer análisis, sostiene que “la litis se traba entre las alegaciones del demandante y el demandado y si bien el Juez conoce el derecho, la oponente únicamente ha accionado en virtud de las letras f) y h) del artículo 20 de la ley del ramo”. Así, el pronunciarse respecto a estas causales pasa por un problema de prioridad, porque el signo fundante de la oposición es anterior al requerido. De esta forma, la prioridad es de la solicitud previa y corresponde otorgarle el amparo marcario que la ley le reconoce y como consecuencia, acoger la oposición, tal como lo hizo la sentencia del grado.


Agrega que la prueba de fama y notoriedad no asiste a la petición del apelante, porque el artículo 19 letra h), requiere que ésta sea a nivel nacional.

En contra de lo resuelto no se interpuso recurso de casación quedando firme la sentencia.

GCG

ROL TDPI N° 1594-2023
MAQ-CIM-PFR

INALOG**Oposición:** artículos 19 y 20, letras f) y h) inciso 1° Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento oposición
<p>Solicitud N° 1433501 Solicitante: INGENIERÍA, CONTROL DE GESTIÓN Y LOGÍSTICA SPA Marca denominativa:</p> <p style="text-align: center;">INALOG</p> <p>Clase 35: Importación; exportación; compra y venta (comercialización) al por mayor, al detalle y a través de catálogos físicos o digitales de todo tipo de artículos mercaderías, materiales, equipos, herramientas y materias primas para la ejecución de proyectos industriales, distribuidores automáticos, productos de las clase 1, clase 2, clase 3, clase 4, clase 6, clase 7, clase 8, clase 9, clase 11, clase 17, clase 19, clase 20, clase 22, clase 24, clase 27; servicios de información comercial, asesoría comercial sobre negocios.</p>	<p>Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial.</p> <p>Oponente: ILASA SPA Registro N°1171548</p> <div style="text-align: center;">  </div> <p>Clase 35: Información estadística en materia de bodegaje de mercaderías; servicios de tratamiento, sistematización y compilación de datos en general; servicios de asesoría, consultoría en gestión de negocios comerciales; venta al por mayor y detalle de toda clase de productos y artículos; importación, exportación, representación y comercialización de toda clase de productos y artículos; venta por catálogo, internet y telefónica de toda clase de productos, artículos y servicios; promoción de ventas; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; alquiler de máquinas y aparatos de oficina; asistencia en la dirección de negocios; organización de ferias, eventos y exposiciones con fines comerciales o publicitarios; asesorías comerciales; publicidad, marketing y relaciones públicas.</p>
Diferencia de signos por variación de letra	

El oponente argumenta que entre el signo pedido y su marca existen similitudes gráficas y fonéticas, toda vez que gráficamente la palabra “INALOG” sólo se diferencia con la incorporación de la segunda letra “A” en el signo INLOG, además fonéticamente “INLOG” e “INALOG”, suenan muy similares.

La sentencia del INAPI, de fecha veintisiete de septiembre del año dos mil veintitrés, acoge la demanda de oposición y rechaza de oficio el signo pedido, al estimar que los signos en pugna coinciden exactamente en los elementos IN y LOG, sin que la incorporación en la marca pedida de una letra A adicional permita distinguir una marca de otra.

Dicha sentencia fue apelada por la solicitante, quien en su recurso señala que existen diferencias gráficas y fonéticas entre las marcas en pugna, por tanto, no existe riesgo de confusión o engaño entre el público consumidor.

Revisada en alzada, el TDPI, por sentencia pronunciada con fecha nueve de noviembre del año dos mil veintitrés revoca la resolución, por estimar que entre “INALOG” versus “INLOG”, aunque existe un único carácter de diferencia, el hecho que se compongan por dos sílabas, en que la primera de ellas “IN” se altera sustancialmente al agregar la “A” que identifica al signo que requiere registro, de esta forma, la primera sílaba de la solicitud “INA” aporta diferenciaciones a “INALOG” permitiendo identificarlo del previo “INLOG”, pudiendo coexistir ambos sin inducir en confusión.

Acordada con el voto en contrario de la Ministra Sra. Carmen Iglesias Muñoz, quien estuvo por confirmar el fallo en alzada en virtud de sus propios fundamentos.

En contra de lo resuelto se interpuso recurso de casación, el cual fue desestimado por la Excma. Corte, quedando firme la sentencia y manteniéndose la vigencia del registro marcario impugnado.

GCG

ROL TDPI N° 1742-2023
ROL C.S. N° 250681-23
MAQ-CIM-AAP

FUENTE DE SODA ALEMANA**Oposición:** artículos 19 y 20, letras f) y h) inciso 1° Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento oposición
Solicitud N° 1349529 Solicitante: INVERSIONES OTTONE LIMITADA Marca denominativa: FUENTE DE SODA ALEMANA Clases 9, 16, 35, 39 y 43.	Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: SOCIEDAD REGIONAL COMERCIAL LIMITADA Registros N°866710, 943249 (caducado), 1190366, 1190365 y 1233781 FUENTE ALEMANA Para Establecimiento comercial para la compra y venta de productos de las clases 29, 30, 32 y 33 en la 8° Región, además de servicios de clases 35, 39 y 43.
Solicitante es titular de una marca semejante a la requerida en autos para similar cobertura	

El oponente argumenta que el signo solicitado incorpora íntegramente al previamente registrado FUENTE ALEMANA considerando además que la inclusión de la expresión DE SODA, al medio del signo, aumenta las similitudes con la marca registrada ya que los servicios que ofrece es precisamente fuente de soda, de la clase 43. Además, argumenta que su marca goza de prestigio y posicionamiento en el mercado.

La sentencia del INAPI, de fecha veintinueve de agosto del año dos mil veintitrés, acoge parcialmente la demanda de oposición y rechaza la solicitud respecto de las clases 35 y 39. Igualmente, rechaza de oficio la solicitud para la misma cobertura como también la clase 16; y, concede a registro el signo requerido sólo para clases 9 y 43. El resolutor de primera instancia señala que al efectuar la comparación gráfica entre el signo solicitado y las demás marcas se aprecia que coinciden idénticamente en la expresión FUENTE y ALEMANA, sin que la adición del complemento DE SODA en la marca pedida,

resulte suficiente para crear un signo diferente, con un grado de identidad y fisonomía propio. Asimismo, de otorgar la marca pedida inducirá a error o engaño al público consumidor.

La sentencia de INAPI fue apelada por ambas partes.

Revisada en alzada, el TDPI, por sentencia pronunciada con fecha veintiséis de diciembre del año dos mil veintitrés revoca parcialmente la sentencia, negando en definitiva a registro el signo pedido sólo para los productos de clase 16.

Al efecto, revoca el fallo de primera instancia, indicando que el solicitante de autos ya era titular de la marca FUENTE ALEMANA para las clases 29, 30, 31, 32, 33 y 43, por lo que no se ve inconveniente en conceder la marca requerida para distinguir los servicios pedidos en las clases 35, 39 y 43.

En lo que se refiere a la observación de fondo con relación al registro N°897.181, marca FUENTE ALEMANA, clase 16, se confirma la sentencia en alzada ya que al cotejar la marca solicitada FUENTE DE SODA ALEMANA con ésta, se observan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes en las expresiones “FUENTE” y “ALEMANA”, sin que el elemento “de soda”, sea suficiente para otorgarle una diferenciación e individualidad propia, lo que producirá confusión, error o engaño en el público consumidor.

En contra de lo resuelto no se interpuso recurso de casación quedando firme la sentencia.

GCG

ROL TDPI N° 1624-2023
CIM-AAP-PFR

III. Demandas de Nulidad

ARM

Demanda: Artículos 19, 20 letras f), g), h) inciso primero y segundo, k), 26 y 27 de la Ley N° 19.039 y artículo 10 bis del Convenio de París.

Marca registrada	Fundamento demanda de nulidad
<p>Registro N° 1276486 Titular: José Manuel Valderrama Linares Marca mixta:</p>  <p>Clase 36: Información y consultoría en materia de seguros.</p>	<p>Artículos 19 y 20 Letras f), g), h) inciso primero y segundo, k), 26 y 27 de la Ley N° 19.039</p> <p>Demandante: ARM SERVICES S.A</p>  <p>Clases: 16, 35, 41, 42, y 45</p>
<p>Coexistencia pacífica por diferencia de campos operativos</p>	

La demandante señala que es una sociedad argentina que ha extendido sus operaciones por intermedio de la sociedad chilena constituida bajo la razón social ARM Services Chile S.A., la cual es la primera que ha abierto operaciones en Chile para la prestación de servicios de gerenciamiento de riesgos para la industria de transporte, logística y distribución y de seguros. Sostiene que la demandada ofrece similares o idénticos servicios que, prestados con anterioridad por el actor, por lo tanto, claramente confunden y afectan la competencia leal y la ética mercantil en el mercado.

La sentencia de INAPI de fecha once de agosto del año dos mil veintitrés procede a rechazar la demanda de nulidad. En primer lugar, desestima la causal fundada en el artículo 20 letra h) inciso 1° de la ley 19.039, debido a que los signos presentan coberturas diferentes y no relacionadas sin que exista riesgo de confusión entre el público. Respecto a la causal de la letra h) inciso 2°, indica que el demandante no acompañó documentación capaz de acreditar el uso previo en el mercado nacional de su marca para distinguir servicios de seguros. Asimismo, se rechaza la causal de la letra k) del artículo 20 de la Ley N° 19.039, puesto que la probanza acompañada en autos no es suficiente para acreditar los presupuestos contemplados en esta causal de irregistrabilidad. Igualmente, la letra g) inciso 1° se rechaza, ya que no ha sido posible acreditar la concurrencia de dicha. Finalmente, se rechaza también la demanda basada en la letra f) del artículo 20 de la Ley N° 19.039, ya que no se advierte cómo el signo registrado de la demandada podría ser inductivo a error o confusión en los consumidores.

El fallo de alzada de fecha seis de diciembre del año dos mil veintitrés confirma la sentencia apelada señalando, que se encuentran de acuerdo con lo razonado por el sentenciador de primer grado, haciendo hincapié en que aplicó correctamente el principio de especialidad de marcaría ya que las coberturas de los signos en conflicto son diferentes y no relacionadas, las cuales difieren en los medios de comercialización sin que exista relación con los productos y servicios que distinguen ambas marcas. Efectivamente, la marca impugnada, señala, ARM, se refiere solo a servicios de la clase 36 y las del demandante, RM, a productos y servicios de las clases 16, 35, 41, 42 y 45. Así, los campos operativos de los registros del demandante son tan amplios, respecto a la específica cobertura del signo demandado, que no es posible establecer conexión alguna, por lo que no producirá confusión error o engaño en los consumidores y usuarios.

En contra de lo resuelto no se interpuso recurso de casación quedando firme la sentencia manteniéndose la vigencia del registro impugnado.

GCG

ROL TDPI N° 1538-2023
MAQ-CIM-PFR

CAPITALIZARME BY LECAROS GROUP

Demanda: Artículos 19, 20 letras f) y k), 26 y 27 de la Ley N° 19.039 y artículo 10 bis del Convenio de París,

Marca registrada	Fundamento demanda de nulidad
<p>Registro N° 1190337 Titular: INMOBILIARIA E INVERSIONES DOÑA NOEMI LTDA Marca denominativa:</p> <p style="text-align: center;">Capitalizarme By Lecaros Group</p> <p>Clase 36: seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios; servicios de inversión de capital; constitución, inversión y administración de capitales y de fondos; actividades bancarias; administración de bienes inmuebles; arrendamiento con opción de compra [leasing]; arrendamiento de bienes inmuebles; análisis financiero; descuento de facturas [factoraje]; tasaciones inmobiliarias. Servicios de asesoría, información y consultoría relacionados con todos los servicios anteriormente mencionados.</p>	<p>Artículos 19 y 20 Letras f) y k), 26 y 27 de la Ley N° 19.039 Demandante: CAPITALIZARME SPA.</p>
<p>Prueba de creación y uso de un término que forma parte de la marca impugnada</p>	

La demandante sostiene que la marca impugnada es gráfica y fonéticamente confundible con el signo que creó CAPITALIZARME que usa con anterioridad en Chile, al que le ha dado fama y notoriedad en el mercado nacional, sumado a que amparan

coberturas relacionadas, que van dirigidas al mismo público y cuya comercialización se efectúa por los mismos canales, de mantener la vigencia del registro se inducirá en errores o confusiones al público usuario de los servicios. Además, indica que la marca impugnada fue obtenida de mala fe por una persona distinta de su “verdadero creador”, lo cual corresponde a un actuar contrario a los principios de competencia leal y ética mercantil.

La sentencia de INAPI de fecha diez de mayo del año dos mil veintitrés acoge la demanda de nulidad, puesto que de documentación acompañada se acredita una creación y uso previo por parte de la actora y además al analizar los signos en conflicto se aprecia que éstos presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes, ya que ambos comparten la voz CAPITALIZARME, la que no es una palabra de nuestro idioma aun cuando se construye a partir de “capitalizar”, único elemento y principal en ambos signos, sin que la adición en la marca impugnada de BY LECAROS GROUP, resulte suficiente para crear un signo diferente, con un grado de identidad y fisonomía propio.

Asimismo, al ponderar la prueba acompañada en autos, considera que ésta es suficiente para tener por acreditada la causal de irregistrabilidad de la letra k), ya que se demuestra que la demandada estaba al corriente que la expresión CAPITALIZARME ya había sido creada por el demandante en el año 2013, para distinguir una plataforma electrónica de inversión inmobiliaria, desde mucho antes que presentara la solicitud del registro objetado y que el demandante ha continuado usando en el mercado alcanzando a ser una marca posicionada en el mercado de las inversiones inmobiliarias.

El fallo de alzada de fecha tres de octubre del año dos mil veintitrés confirma la sentencia apelada, argumentando principalmente que de los antecedentes acompañados por el actor, era posible corroborar que en una fecha anterior a la solicitud y registro de la marca que se impugna, fue efectivamente el actor el primer usuario de la marca CAPITALIZARME, por lo cual era posible determinar que éste había sido el creador y adoptante de dicho signo para amparar los servicios protegidos por la marca del demandado.

Para el resolutor era evidente concluir que el demandado al solicitar el registro de la marca CAPITALIZARME BY LECAROS GROUP, ya conocía la existencia de la marca CAPITALIZARME, que ya había sido utilizada y registrada con el nombre de dominio capitalizarme.com por el demandante con fecha 24 de abril de 2013.

En contra de lo resuelto se interpuso recurso de casación, el cual fue desestimado por la Excm. Corte, quedando firme la sentencia manteniéndose la vigencia del registro marcario impugnado.

GCG

ROL TDPI N° 1019-2023
ROL C.S. N° 241144-23
MAQ-CIM-AAP

AXIS

Demanda: Artículos 19, 20 letras e) y f), 26 y 27 de la Ley N° 19.039 y artículo 10 bis del Convenio de París,

Marca registrada	Fundamento demanda de nulidad
Registro N° 958651 Titular: SCOTT SPORTS SA Marca denominativa: <p style="text-align: center;">AXIS</p> Clase 12: Bicicletas, marcos de bicicletas y componentes tales como amortiguadores, manubrios, sillines y palanca de control. Clase 28: Bicicletas para deportes en forma de aparatos para el entrenamiento físico; bicicletas estáticas de ejercicio; partes de bicicletas para deportes en forma de aparatos para el entrenamiento físico y bicicletas estáticas de ejercicio.	Artículos 19 y 20 Letras e) y f), 26 y 27 de la Ley N° 19.039 Demandante: Importadora y Exportadora Axizz Limitada.
<p>Inscripción de un vocablo genérico en idioma extranjero</p> <p>Mala fe para superar la prescripción marcaria</p>	

La demandante argumenta que el término **AXIS** es una palabra de origen inglés que significa **EJE** en español, por lo tanto, no reúne per se las características, cualidades y requisitos como para constituirse en marca comercial, en la clase pedida.

La parte demandada opone excepción de prescripción, ya que la demanda se notificó con fecha 28 de mayo de 2021 y el registro impugnado data del 13 de agosto de 2012.

La sentencia de INAPI de fecha veintisiete de septiembre del año dos mil veintitrés acoge la excepción de prescripción de la acción de nulidad, indicando que entre la fecha

de concesión de la marca AXIS, el 13 de agosto de 2012, y la fecha en que se notificó tácitamente la demanda, 12 de julio de 2021, transcurrió el plazo de 5 años establecido en el señalado artículo 27 de la Ley N° 19.039.

Asimismo, al analizar si se registró la marca AXIS de mala fe, requisito que habría habilitado para rechazar la prescripción, el fallo señala que el actor no logra acreditar que el demandado, al momento de solicitar y registrar para sí la marca impugnada, se encontraba de mala fe, ya que la documentación acompañada para acreditar ésta, sólo dice relación a traducciones al español del término AXIS.

A mayor abundamiento, el sentenciador indica que el demandado ya es titular de la marca AXIS en el extranjero, desde el año 2011, para las clases 12 y 28, razón por la cual el registro de la marca impugnada corresponde a un acto que pretende ampliar o extender su protección marcaria ya existente a su favor en el extranjero.

El fallo de alzada de fecha diecinueve de diciembre del año dos mil veintitrés confirma la sentencia apelada, haciendo presente que la protección marcaria de un vocablo en un idioma extranjero, no es fácilmente identificable por el público medio, y por sí mismo no se considera un acto contrario a la buena fe, aun cuando el significado pueda concernir a una pieza de los productos que protege, como sucede con eje y bicicleta, por lo tanto, para exponer un acto contrario a la buena fe era indispensable alguna prueba al respecto, lo que no ha sucedido.

En contra de lo resuelto se interpuso recurso de casación, el cual fue desestimado por la Excma. Corte, quedando firme la sentencia y manteniéndose la vigencia del registro marcario impugnado.

GCG

ROL TDPI N° 1868-2023
MAQ-AAP-PFR

IV. Otros recursos

CE

Marca solicitada
Solicitud N° 1.468.771 Solicitante: Komatsu Ltd. Marca mixta: <div style="text-align: center; margin-top: 20px;">  </div>
<p>Verdadero recurso de hecho</p> <p>TDPI declara admisible recurso</p> <p>Abandono de procedimiento</p>

La peticionaria de autos solicitó el registro marcario de la referencia siendo la solicitud objeto de observaciones de forma bajo apercibimiento de abandono. Al no haberse contestado la observación en su oportunidad y en la forma solicitada, se hizo efectivo el apercibimiento, declarándose el abandono de la solicitud.

Respecto de esta resolución se interpuso un recurso de reposición y en subsidio recurso jerárquico, desestimándose la reposición y el recurso jerárquico el cual es recurrido, vía apelación. Analizada la admisibilidad de este recurso, Inapi lo declara inadmisibile atendida la naturaleza de la resolución recurrida.

Es así como la peticionaria recurre de hecho para que se declare admisible el recurso. Arguye en su recurso que la apelación es procedente en conformidad al artículo 17 bis B de la ley 19.039, toda vez que la norma hace expresamente procedente el recurso de apelación "en contra de las resoluciones dictadas en primera instancia por el Director Nacional" sin distinguir del tipo de resolución de que se trate.

En su informe Inapi señala que al conocer del recurso jerárquico la Sra. Directora Nacional actúa en conformidad a los artículos 15 y 59 de la Ley 19.880, produciéndose –

con su decisión- el agotamiento de las vías de impugnación previstas en el ordenamiento jurídico para el acto administrativo en cuestión, por lo que, la admisión a tramitación del recurso de apelación constituiría una actuación al margen de la ley, toda vez que la mencionada ley supletoria no contempla el recurso de apelación como una herramienta de impugnación adicional.

Luego de la vista de la causa el Tribunal de Propiedad Industrial con fecha acoge el recurso de hecho.

En el razonamiento del Tribunal, se tiene presente la dualidad de procedimientos concurrentes en la materia. El primero administrativo (recurso jerárquico Ley N° 19.880) y el segundo judicial (Ley N° 19.039).

El Tribunal, concluye que el procedimiento a aplicar es el contemplados en la Ley N° 19.039, y, por lo tanto, corresponde acoger el recurso de hecho, toda vez que la normativa en comento, en su art. 17 bis B, dispone: “en contra de las resoluciones dictadas en primera instancia por el Director Nacional, haya o no mediada oposición, procederá el recurso de apelación”, sin distinguir la naturaleza de la resolución.

PFP

ROL TDPI N° 001309-2023
MAQ-CIM-AAP