



BOLETÍN DE JURISPRUDENCIA MARCARIA

NOVIEMBRE 2025

CONTENIDO

I.- Sentencias en recursos de casación	1
FELINE FULLSPOT	1
ESTRELLA PATAGONIA	4
SAID	6
THE KING'S POLO CLUB	9
II.- Rechazos administrativos.....	13
BAISER PLACE VENDOME	13
PARQUE LOGISTICO URBANO SANTIAGO LO BOZA	15
CASA TUNQUEN.....	17
TORO BRAVO BOSSHARDT FAMILY LEGACY.....	18
III.- Demandas de oposición.....	20
VIENTO SUR CORREDORES DE SEGUROS.....	20
EVAC+CHAIR	22
PATAGONIA MARATHON.....	25
A2	27
AD'ORO	29
OISHI.....	31
COCOLILLO	33
B & C	34
IV.- Incidentes.....	35
COONFIA	35

I.- Sentencias en recursos de casación

FELINE FULLSPOT

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

Marca solicitada	Oposición
<p>Solicitud N° 1325279 Solicitante: Labyes De Uruguay S.A.</p> <p>FELINE FULLSPOT</p> <p>Clases 5: Productos veterinarios para uso en felinos.</p>	<p>Laboratorios Drag Pharma Chile Invetec S.A. Registro N° 1310770</p> <p>FULLFELINE</p> <p>Clase 5: Reactivos químicos para uso médico o veterinario y productos farmacéuticos; preparaciones, medicamentos, remedios y vacunas para uso médico y veterinario, entre otros.</p>

Sobre la sana crítica como sistema de valoración de la prueba.
Reglas de la lógica y las máximas de la experiencia
El derecho marcario cumple una función de tutela del consumidor, por lo que las causales de irregistrabilidad se interpretan privilegiando la prevención de confusión en el mercado.

Por sentencia de fecha 23-01-2020, Inapi, rechazo la demanda, considerando que, si bien los signos compartían el segmento “FULL” y “FELINE”, la inversión de dichos elementos y la adición del elemento final “SPOT”, formaba un conjunto distinto y fácilmente distinguible del invocado por el actor.

La sentencia fue recurrida por la oponente Drag Pharma Chile Invetec S.A. oportunidad en que el TDPI por resolución de 04-08-2020 revocó lo resuelto señalando que en su opinión sotijada la marca solicitada y la oponente se aprecianan semejanzas gráficas y fonéticas, toda vez que los elementos “FULL” y “FELINE”, se encontraban íntegramente contenidos en la marca pedida, sin que la adición del elemento “SPOT”, lograra darle suficiente distintividad y diferenciación frente a la registrada.

La Excma. Corte Suprema en sentencia de 13-11-2025 rechaza el recurso de casación presentado por la demandada y solicitante la sociedad Labyes de Uruguay S.A. quien sostiene en su recurso que en base a los antecedentes acompañados se evidencia una incongruencia entre la decisión tomada y los antecedentes aportados por la solicitante, los cuales denuncia haber sido omitidos, injustificadamente, de la decisión, de forma tal que, de haber mediado sana crítica de forma apropiada, se debió haber aceptado a registro la marca solicitada.

La sentencia se refiere en el considerando cuarto a la “sana critia” como regal de valoración de la prueba señalando lo siguiente:

(4) al optar el legislador por el sistema de valoración probatoria denominado de sana crítica —mejor llamado, de apreciación razonada— ha impuesto a los jueces la obligación de observar los parámetros que imponen las reglas de la lógica, las máximas de la experiencia y el conocimiento científico afianzado, en lo referido al modo de apreciar las probanzas y a la adopción de las subsecuentes conclusiones.

Así, la labor de establecer si la prueba traduce la verdad o falsedad de un determinado enunciado fáctico según las reglas de la sana crítica no implica irracionalidad para dejarse llevar por la sola intuición. “El juez que debe decidir con arreglo a la sana crítica, no es libre de razonar a voluntad, discrecionalmente, arbitrariamente” (Couture, Eduardo, “Obras. Tomo I. Fundamentos del Derecho Procesal Civil”, Edit. Thomson Reuters Puntolex, Año 2010, p. 244).

En sentenciador se refiere a las reglas de la lógica, las máximas de la experiencia y el conocimiento científico avanzado:

Las reglas de la lógica están compuestas, en síntesis, por la regla de la **identidad**, mediante la cual se asegura que una cosa sólo puede ser lo que es y no otra; la regla de la (**no**) **contradicción**, por la que se entiende que una cosa no puede entenderse en dos dimensiones, como ser falsa o verdadera, al mismo tiempo; la regla del **tercero excluido**, la cual establece que entre dos proposiciones en la cual una afirma y otra niega, una de ellas debe ser verdadera; y, la regla de la **razón suficiente**, por la cual cualquier afirmación o proposición que acredite la existencia o no de un hecho debe estar fundamentada en una razón que la acredite suficientemente. Mediante ese conjunto de reglas se asegura formalmente la corrección del razonamiento — que partiendo de premisas verdaderas arriba a conclusiones correctas— que se espera siempre tenga lugar y que, por lo demás, otorgan inequívoca objetividad a la labor de ponderación. El examen lógico formal de la argumentación del juez permite un control de la valoración que éste haya hecho de las pruebas que obran en el proceso.

La segunda regla, conocida como “máximas de la experiencia”, se refiere a “un criterio objetivo, interpersonal o social [...] que son patrimonio del grupo social [...] de la psicología, de la física y de otras ciencias experimentales” (Devis Echandía, Hernando, “Teoría General de la Prueba Judicial”, Edit. Zavalía, Buenos Aires, 1981, T. I, p. 336).

Finalmente, la tercera regla obedece al denominado “conocimiento científico afianzado” () hace alusión a saberes técnicos, que han sido respaldados por el mundo científico. Por su propia naturaleza este conocimiento también goza del mismo carácter objetivo que las reglas de la lógica.

A continuación la Corte entra a la valoración del recurso señalando que para prosperar debió postular una tesis encaminada a demostrar que el razonamiento del fallo contrariaba las reglas de la lógica, las máximas de la experiencia o el conocimiento científicamente afianzado, y que su inobservancia incidía en lo dispositivo del fallo, lo que no ha ocurrido, por cuanto el arbitrio recursivo solo se ha construido enunciando una supuesta genérica a la sana crítica, pero sin desarrollar la forma en la cual se vulnerarían los elementos que integran dicho sistema de ponderación probatorio.

ROL TDPI N° 000413-2020
PFR-JRN-MAQ
Excma. Corte Suprema N° 11.219-
2021

ESTRELLA PATAGONIA

Oposición: artículos 19 y 20, letras f) y h) Ley N° 19.039

Marca solicitada	Oposición
Solicitud N° 1335788 Solicitante: Camilo Klein Hodar	Viña Concha y Toro S.a. Registro N° 1219956
Estrella Patagonia	Patagonia
Clases 33: Bebidas alcohólicas, excepto cervezas; Ginebra; Vodka; Whisky.	Clase 33: Vinos y vinos espumosos.
<p style="text-align: center;">Corte Suprema: confirma resolución que acogió registro de marca de bebidas alcohólicas.</p> <p style="text-align: center;">Descartada confusión con marca Patagonia de la oponente</p>	

La sentencia del Director del Instituto Nacional de Propiedad Industrial, de cuatro de 11-03-2020, rechazó la demanda de oposición y concedió el registro señalando que se trataba de signos diferentes donde no existía riesgo de confusión entre el público consumidor, quienes podrían fácilmente diferenciar los productos de la marca pedida con los productos de la marca oponente.

Impugnada la resolución el TDPI por sentencia de fecha 11-08-2020, confirmó lo resuelto señalando que el conjunto pedido mostraba diferencias gráficas y fonéticas suficientes como para destacarse adecuadamente de la marca de la oponente, ya que la incorporación del término “ESTRELLA” al inicio lograba imprimirle el poder diferenciador necesario, por lo que no se advertían motivos para estimar que el otorgamiento de la solicitud fuera a representar un riesgo de confusión, error o engaño entre los consumidores en cuanto al origen empresarial de los productos.

Recurrido este fallo la Excma. Corte Suprema en fallos de 13-10-2025 descartada la infracción de las leyes reguladoras de la prueba, alegación que constituía el último fundamento del recurso de nulidad sustancial. Al respecto la sentencia se refiera a la capacidad distintiva de un signo para individualizar y diferenciarse en el mercado señalando:

(12) lo anterior permite afirmar que distintividad es la capacidad de un signo para individualizar y diferenciar determinados productos o servicios de una empresa de los otros competidores, capacidad a la que se llega una vez identificados y evaluados los siguientes elementos fácticos, en primer lugar, la cobertura de productos o servicios para el que ha sido solicitada; en segundo lugar, al público que habitualmente consume o use dichos productos o servicios; y en tercer lugar, a los demás signos existentes, apreciando la existencia de posibilidades de confusión (Schmitz Vaccaro, Christian, “Distintividad y Uso de las Marcas Comerciales”, Revista Chilena de Derecho, Vol. 39, N° 1, pp. 9-31, 2012);

13º) teniendo en consideración que la marca solicitada registrar es distinta a la del oponente, no puede sino concluirse que al acoger la petición de registro no se producirá en los consumidores confusión, error o engaño, consecuencias que justamente son las queridas por el derecho marcario, ello pues si bien es efectivo que la marca comercial constituye un bien desde la perspectiva de quien la tiene registrada a su nombre, cumple ella una función de protección respecto del consumidor, pues le asegura que el bien o servicio por el cual ha optado tiene las características que busca y que justamente ampara la marca, todos elementos que permiten concluir que los sentenciadores del grado al aplicar las normas como lo hicieron, no incurrieron en el error de derecho que se denuncia en el arbitrio en análisis.

ROL TDPI N° 000638-2020
PFR-AAP-JCGL
Excma. Corte Suprema Autos
Rol N° 5.216-2024

SAID

Oposición: artículos 19 y 20, 20 letras c), f) y k) y 16 de la Ley de Propiedad Industrial.

Marca solicitada
Solicitud N° 1294677 Solicitante: Jorge Said Yarur
SAID

Clases 35: Servicios de dirección o explotación de una empresa comercial. Importación y Exportación de productos de la clase 1 a la 34. Publicidad y Marketing de la clase 35.

Corte Suprema señala que la sentencia yerra al reconocer que el signo es usado como marca comercial en el comercio de la oponente y (aun así) no aplicar las causales de irregistrabilidad de las letras c), f) y k) del artículo 20 de la Ley del ramo.

La sentencia del Director del INAPI, de 08-08-2019, rechazó la demanda de oposición presentada por Salvador Said Somavia y concedió el registro señalando que la prohibición del artículo 20 letra c) de la Ley del ramo considera para negar un registro, la inscripción tanto del nombre de pila como el patronímico, por lo que no se daban los presupuestos que permitieran configurar en la especie la referida causal de irregistrabilidad.

A su vez se rechazó la demanda fundada en la letra k) del artículo 20 de la Ley 19.039, que recoge lo dispuesto en el artículo 10 bis del Convenio de París, referido a la protección eficaz contra los actos de competencia desleal, toda vez que la parte demandante no había acompañado documentos suficientes o algún antecedente plausible tendiente a acreditar los presupuestos contemplados en dicha causal de irregistrabilidad.

Los jueces de segundo grado al confirmar lo resuelto, por sentencia de 03-02-2020, por cuanto estimaron que tratándose de una solicitud referida únicamente a un apellido la causal citada para la irregistrabilidad, no se verificaba en la especie, puesto que dicha causal impedía el registro sin autorización del nombre de una persona, que se conforma del nombre de pila y los apellidos o al menos el primero de ellos, cuestión que se advertía concurrente en la solicitud en la que sólo se identifica un apellido.

En lo tocante a la denunciada infracción de la letra f) del artículo 20 de la ley de la especialidad, la sentencia señala que ante la ausencia de prueba respecto al uso previo de la expresión "SAID" como marca comercial por parte de la oponente, no se observara una posible inducción a error al consumidor, ratificando lo dicho por INAPI en el sentido que el apellido del solicitante era SAID.

Recurrido el fallo la Excma. Corte Suprema en fallo de 28-10-2025, acoge el recurso al considerar que se cometió un error de derecho, concretamente la vulneración de la norma del artículo 20 letras c), f) y k) de la ley 19.039, señalando a su respecto que la propia sentencia de primera instancia reconoce que la marca GRUPO SAID es usada en el mercado nacional por "ese grupo empresarial" en sus actividades económicas.

Por ello para el sentenciador al no estar controvertido que el GRUPO SAID es un "grupo económico", esto es, un conjunto de empresas que desarrollan distintas actividades o con diferentes objetos sociales, pero que están sujetas al control de una misma persona natural o jurídica o de un mismo conjunto de personas naturales o jurídicas, necesariamente aceptar el registro de la marca SAID para el solicitante se prestará para inducir a error o engaño a los consumidores de los servicios que serán comprendidos por esta marca, al entenderse que provienen de una empresa que forma parte de ese conocido grupo económico, aun cuando el registro pedido no incluya la palabra "GRUPO", pues lo determinante para el cotejo, desde luego, viene dado por el apellido en cuestión.

La sentencia expresa:

(5) A mayor abundamiento, la misma circunstancia anterior, esto es, que se trata de un grupo económico, cuyas empresas componentes desarrollan distintas actividades, las que mutan en el tiempo del mismo modo que varían sus integrantes, vuelve improcedente exigir en la especie que se acrede que alguna de las empresas que conforman el grupo económico usa efectivamente la marca en conflicto en la misma clase pedida por el solicitante, o con coberturas relacionadas o que indiquen una conexión de los servicios que comprende, pues tratándose de un grupo económico, es asumido por el público que éste constantemente expande, o cambia, su ámbito empresarial a distintos rubros de la actividad económica, sin perjuicio que se vincule principalmente a uno en particular.

En lo que se refiere la causal de la letra c) del artículo 20 la sentencia señala que no son registrables los nombres de las personas cuando ello implique una vulneración de la letra f) del artículo 20, como ocurre en la especie, razón por la cual la sentencia también yerra en al no dar aplicación a esta disposición.

La sentencia expresa:

(6) En lo referido a la falta de aplicación de la causal de la letra c) del artículo 20 de la Ley N° 19.039, también alegada en el recurso, por aquélla se prohíbe el registro de "*El nombre, el seudónimo o el retrato de una persona natural cualquiera, salvo consentimiento dado por ella o por sus herederos, si hubiera fallecido. Sin*

embargo, serán susceptibles de registrarse los nombres de personajes históricos cuando hubieran transcurrido, a lo menos, 50 años de su muerte, siempre que no afecte su honor. Con todo, no podrán registrarse nombres de personas cuando ello constituya infracción a las letras e), f), g) y h).”

Como se desprende del texto transscrito, éste tiene una norma de cierre, por la que, cualquiera sea el tipo de nombre de personas en cuestión, no podrá registrarse si ello infringe la letra f) del mismo artículo 20, como ocurre en la especie según se ha explicado en el motivo anterior, razón por la cual, la sentencia igual yerra al no dar aplicación a esta disposición.

Finalmente, la sentencia de casación considera que se debe aplicar también la causal referida a la competencia desleal y ética mercantil, toda vez que la sentencia no desconoce el uso de la marca GRUPO SAID en medios de comunicación nacional para las actividades económicas del grupo empresaria oponente, lo que a su juicio conlleva que el solicitante, busca a sabiendas “*valerse para su provecho exclusivo o personal del conocimiento alcanzado en el público consumidor por aquel conjunto de empresas, a las que serán asociados los servicios cubiertos por la clase para la cual ahora pide la inscripción*”.

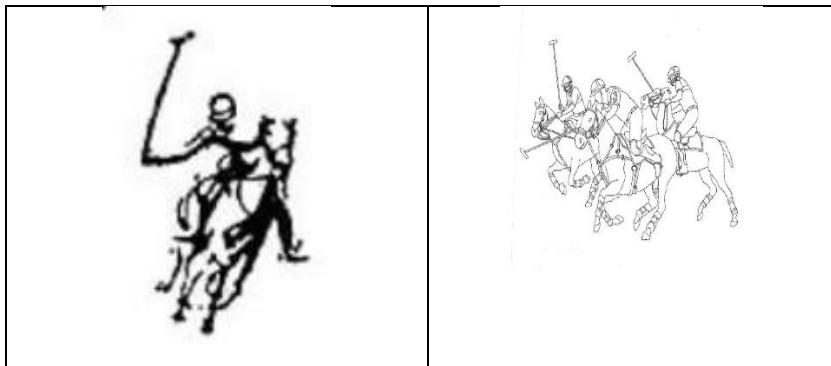
ROL TDPI N° 002005-2019
MAQ-CIM-PFR (sala 1)
Excma. Corte Suprema Autos Rol
N° 76.814-2020

THE KING'S POLO CLUB

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

Marca solicitada
Solicitud N° 1297437 Solicitante: HITES S.A. 
<p>Clases 25: Abrigos para hombres y mujeres; alpargatas; artículos de sombrerería; artículos de sombrerería de cuero; bañador (pantalón corto); bandanas; batas y batas de baño; blusas; boleros; botas para deporte; bufandas; calzado; camisas; camisas manga corta; camisas para trajes; camisas tipo polo; camisetas; chaquetas; chaquetas cortaviento; cinturones; cinturones de cuero; gorros; guantes como prenda de vestir; mocasines; pantalones cortos; pantalones de vestir; pantalones largos; pantuflas; pañuelos; parkas; pijamas; polerones; polerones de cuello subido; prendas de vestir impermeables; ropa interior; ropa para la lluvia; sandalias y zapatos de playa; trajes de baño; zapatos de cuero; zapatos de deporte de la clase 25.</p> <p>Corte Suprema acoge recurso de casación por Insalvable riesgo de asociación fama y notoriedad como hecho público.</p>

La sentencia del Director del Instituto Nacional de Propiedad Industrial, de 10-09-2019, se rechazó la demanda de oposición deducida por The Polo/Lauren Company L.P., concediéndose el registro pedido de la marca mixta “The King’s, fundada en la familia de marcas mixtas que incluyen la figura de un jinete con las que se distinguen productos de la clase 25.



La sentencia estableció que analizada la base de datos con que cuenta dicho Instituto, era posible concluir fundadamente que la realidad registral en las clases 18 y 25 había permitido la coexistencia de signos de propiedad de diversos titulares que se construyen o estructuran sobre la base de la expresión “Polo” o que utilizan elementos figurativos tales como caballos o jinetes, motivo por el cual era posible presumir fundadamente que ellos podrán coexistir pacíficamente en el mercado. A mayor, el resolutor indica que el hecho que el oponente sea titular de un registro que cuenta con un elemento figurativo consistente en la figura de un caballo y jinete, no le otorgaba protección sobre todas las formas posibles de representar dicha figura.

Impugnada la resolución el TDPI por sentencia de 17-06-2020 confirma señalando que en comparación gráfica y fonéticamente los signos era posible apreciar que la especial configuración con que se presentaban las marcas lograban dar origen a signos distinguibles por el público consumidor. La sentencia indica que el segmento Polo, que hace alusión al deporte del polo era de uso común en la clase 25, por lo que los elementos complementarios y figurativos de los signos permitían distinguirlos.

La Excma. Corte Suprema por sentencia de fecha 23-09-2025, acoge el recurso de casación presentado por The Polo/Lauren Company L.P. establece en sus considerandos 4º y 5º lo siguiente:

(4) entre las disposiciones invocadas por la oponente y respecto de las cuales se reclama su contravención formal por no haber sido aplicadas en la especie, cabe señalar que el artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, en sus letras f) y h), establece un concepto esencial para entender las causales de irregistrabilidad y que consiste en el término “confusión” o “peligro de confusión”. La letra h) del referido artículo dispone que son irregistrables las marcas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos, servicios o establecimiento comercial o industrial idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas. Por su parte, la letra f) del citado artículo 20 establece que no se podrán registrar los signos “que se presten para inducir a error o engaño respecto de la procedencia, calidad o género de los productos, servicios o establecimientos, comprendidas aquellas pertenecientes a distintas clases cuyas

coberturas tengan relación o indiquen una conexión de los respectivos bienes, servicios o establecimientos”.

La confusión o el peligro de confusión implica la pérdida de distintividad extrínseca, es decir con respecto a otros signos. Consiste en la creencia de parte del público consumidor de estar ante un mismo origen empresarial de productos o servicios que no lo tienen. El principio del derecho marcario de la no confusión supone que una marca no pueda causar distorsión alguna, ni marcaria ni informativa, fundamentalmente por dos razones: el derecho del titular a la individualización de su producto y el del consumidor a no ser confundido o engañado.

(5) concretando estos conceptos al caso que se revisa, la similitud gráfica de las señas es evidente, lo que se acrecienta en el elemento principal, constituido por el jinete, el caballo, la chueca o taco y su disposición en el logotipo, lo cual genera un insalvable riesgo de asociación, que confunde al consumidor sobre el origen empresarial de la cobertura que se pretende proteger. La sola adición de algunos componentes no dota al signo de fisonomía propia, pues al confrontar los conjuntos permanece la analogía. Dicha característica exige un análisis de probabilidad de confusión que demuestre cómo, a pesar de tal semejanza, el fin del símbolo se cumple, cual es identificar a los bienes como provenientes de una fuente particular y asignados a un fin o producto específico. Sin embargo, al analizar las coberturas que cada señal ampara, se consolida la equivalencia, dada la identidad de clase y productos que distinguen, bienes de una misma naturaleza que compiten en un mercado conformado por igual público consumidor, lo que generará toda clase de errores y confusiones en relación con el origen empresarial de los productos impidiendo una coexistencia pacífica en el mercado.

Para la Excma. Corte el Tribunal recurrido incurrió en error de derecho en la aplicación de las normas sustantivas que regulan la irregistrabilidad, desde que concurriendo los presupuestos que hacían procedente los motivos de prohibición de registro invocados del artículo 20 letra f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial, no aplicó dichos preceptos, siendo además un hecho público y notorio la fama de la marca oponente en el extranjero, por lo que además se configuraba la causal de irregistrabilidad de la letra g) inciso primero del referido artículo.

El Tribunal de casación finalmente estima que la valoración de la prueba rendida se hizo en contravención a las reglas de la sana crítica, en especial la regla lógica de razón suficiente y las máximas de experiencia, y que, como consecuencia de ello, se incurrió en los errores de derecho,

que denuncia el impugnante, referidos a los motivos de oposición e irregistrabilidad previstos en la Ley de Propiedad Industrial.

La sentencia de remplazo señala:

() a partir de la identidad del signo solicitado con la marca del oponente The Polo/Lauren Company L.P., y la relación de las coberturas, deriva la conexión entre el origen empresarial de los respectivos productos, circunstancia que resulta determinante para causar confusión entre los signos en disputa respecto de la procedencia, calidad o género de los bienes a que se refieren, de manera que la señal pedida, en la clase que se pretende registrar, es insuficiente para crear un signo con distintividad propia, lo cual permite presumir fundadamente que no podrán coexistir de manera pacífica en el mercado.

ROL TDPI N° 000093-2020
CIM-PFR-JGL
Excma. Corte Suprema
Rol N°138.504-2020

II.- Rechazos administrativos

BAISER PLACE VENDOME

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

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
<p>Solicitud N° 99179595 Solicitante: Interparfums</p> <p style="text-align: center;">BAISER PLACE VENDÔME</p> <p>Clase 3: Perfumes, agua de colonia, aguas de tocador; preparaciones para perfumar el ambiente, a saber, perfumes de interior, difusores de perfumes de ambiente, popurrís aromáticos, bolsitas perfumadas; cosméticos; aceites esenciales de uso personal; cremas y geles limpiadores faciales para uso cosmético; cremas y lociones corporales de uso cosmético; productos cosméticos para el cuidado de la piel [exfoliantes]; cremas, geles de ducha; geles de baño espumosos; sales de baño que no sean para uso médico; jabones que no sean para uso médico; desodorantes de uso personal; antitranspirantes; cremas, geles y lociones para después del afeitado; lociones capilares; champús; acondicionadores; productos de maquillaje, a saber, perfiladores de ojos, lápices de labios, brillos de labios, máscara de pestañas, bases de maquillaje, sombras de ojos, colorete, polvos de maquillaje y correctores.</p>	<p>Registro N° 1144920</p>  <p>Clase 3: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; dentífricos</p> <p>Descriptor geográfico como elemento complementario.</p>

La resolución del INAPI de fecha 23-04-2025, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra h) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial.

Revisada en alzada, el TDPI por sentencia pronunciada con fecha 14-10-2025, revocó la resolución apelada, tras considerar relevante el que “Vendôme” es el nombre de una ciudad francesa que da su nombre a la conocida plaza “Place

Vendôme”, por lo que el hecho de estar presente el referente “Vendôme” en la marca pedida, resulta ser una coincidencia secundaria, puesto que el conjunto pedido adiciona “Baiser”, genera una unidad distintiva sobre el concepto de la Plaza Vendôme. En consecuencia, para el resolutor, existiendo entre los signos diferencias gráficas, fonéticas y además conceptuales, no se ve inconveniente jurídico que impida el registro que se intenta, el que podrá coexistir pacíficamente la marca previa.

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

MAF

ROL TDPI N° 001225-2025
PFR-CIM-MAQ

PARQUE LOGÍSTICO URBANO SANTIAGO LO BOZA

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

Marca solicitada
Solicitud N° 1590347 Solicitante: Inmobiliaria San Benito S.A.
PARQUE LOGÍSTICO URBANO SANTIAGO LO BOZA
<p>Clase 39: Transporte y almacenamiento de productos en condiciones refrigeradas; transporte y almacenamiento de residuos y desechos; alquiler de contenedores de almacenamiento; alquiler de contenedores para transportes; alquiler de espacio en almacén; alquiler de garajes; alquiler de máquinas y aparatos de carga y descarga; alquiler de plataformas de elevación autopropulsadas para el transporte; alquiler de plazas de estacionamiento; alquiler de sistemas de navegación; alquiler de vehículos; alquiler o arrendamiento de ambulancias (transporte); arrendamiento de máquinas empacadoras; camionaje; carga, empaquetado, almacenamiento, transporte y descarga de mercancías; corretaje de transporte de carga; custodia temporal de pertenencias personales; descarga de mercancías; distribución [reparto de mercancías]; servicios de chóferes; servicios de depósito; servicios de flete y transporte de mercancías; servicios de logística que comprenden el transporte, almacenaje y distribución de productos; servicios de navegación por sistema de posicionamiento global; servicios de remolque; transporte; abastecimiento de máquinas expendedoras; acondicionamiento de productos; alquiler de bodegas para terceros; embalaje de mercancías; empaquetado de productos; estiba; explotación y organización de viajes; facilitación de información de viajes; facilitación de información sobre carreteras y tráfico; facilitación de información sobre depósito de mercancía en almacenes; flete [transporte de mercancías]; manipulación de carga; mudanzas; organización de transporte para circuitos turísticos; organización de viajes, excursiones y cruceros; planificación de rutas de viaje; provisión de estacionamiento de vehículos; recogida de productos reciclables [transporte]; reservas de transporte; servicios de agencia de viajes, en concreto reservas y contratación de transporte</p> <p>Los indicadores geográficos no suponen per se una causal de irregistrabilidad</p>

La resolución del INAPI de fecha 23-04-2025, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra e) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, señalando que el signo pedido resultaba descriptivo de los servicios solicitados y carente de distintividad.

Revisada en alzada, el TDPI por sentencia pronunciada con fecha 16-10-2025, revocó la resolución apelada, señalando que la ponderación de la genericidad debía hacerse sobre el conjunto marcario que se intentaba registrar, tal como se deduce del artículo 19 bis c) de la Ley N° 19.039 sobre Propiedad Industrial.

En ese sentido, para los jueces de alzada los indicadores geográficos no suponen per se una causal de irregistrabilidad, como sucede en la especie, en que el referente geográfico “Santiago Lo Boza” comprende complementos, por lo que se trata de un conjunto distintivo para el ámbito operativo respectivo.

La resolución ejemplifica el análisis al que arriba señalando que incluso nada impediría que en el mismo lugar en Lo Boza, se instalara otro parque logístico y utilice otra marca refiriendo ser un parque logístico adicionando algo distintivo, como podría ser “Parque Logístico Casino, Lo Boza” o “ Parque Logístico Pancho Santiago”, o agregando cualquier otro componente distintivo, aunque use también los geográficos indicando no su nombre, sino que su ubicación, lo que demuestra que el cuño posee la distintividad para ser marca comercial y que su otorgamiento no está impidiendo el uso por parte de terceros del geográfico como indicador de ubicación.

MAF

ROL TDPI N° 001208-2025
PFR-CIM-MAQ

CASA TUNQUEN

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

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
<p>Solicitud N° 1588391 Solicitante: Restaurant Casa Tunquen Limitada</p>  <p>CASA TUNQUÉN</p>	<p>Registro N° 1401730</p>  <p><i>Cabañas Tunquén</i></p>
<p>Clase 43: Servicios de restaurantes y cafés; servicios de catering; suministro de alimentos y bebidas; preparación de alimentos y bebidas; servicios de restauración (alimentación)</p>	<p>Clase 43. Servicios de hospedaje temporal y servicios de hotel.</p>
<p>Criterios de comparación servicios de restaurante y otros relativos de la clase 43</p>	

La resolución del INAPI de fecha 23-04-2025, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra h) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial.

Revisada en alzada, el TDPI por sentencia pronunciada con fecha 27-10-2025, revocó la resolución apelada señalando que correspondía aplicar un criterio más laxo en la comparación en el caso de los servicios de restaurantes y otros relativos de clase 43, por cuanto en esos casos existe una fuerte identidad del prestador del servicio que se refleja en su marca, lo que permitirá su diferenciación incluso estando los signos más próximos en lo gráfico y fonético.

TORO BRAVO BOSSHARDT FAMILY LEGACY

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

Marca solicitada
Solicitud N° 1524476 Solicitante: VIÑA BOSSHARDT SPA.

Clase 33: vinos; vino de uva; vinos espirituosos; vinos espumosos. Al incluir el signo pedido una denominación de origen protegida, no se puede sostener que éste haga alusión a dicha denominación, puesto que se diluye dentro de su conjunto.

La sentencia del INAPI de fecha 30-05-2025, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra j) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industrial, indicando que transgrede la Indicación Geográfica “TORO”, utilizada para vinos originarios del Reino de España, ratificado por el Acuerdo suscrito entre Chile y La Unión Europea, motivo por el cual, de concederse la señal pedida, los consumidores no podrían diferenciar entre los productos protegidos por la Indicación Geográfica Toro y los productos que pretende amparar el signo solicitado.

Revisada en alzada, el TDPI con fecha 17-11-2025, revocó la sentencia apelada, argumentando que, aunque la señal requerida a registro “TORO BRAVO

BOSSHARDT FAMILY LEGACY”, incorpore el término “TORO”, éste se encuentra dentro de un conjunto marcario, conformado por otras expresiones suficientemente distintivas, por lo que no es posible considerar que el signo pedido aluda a la denominación de origen protegida “TORO”, la cual corresponde a vinos producidos en la región de Zaragoza y Valladolid en España.

GCG

ROL TDPI N° 001584-2025
OTZ-CIM-LCC

III.- Demandas de oposición

VIENTO SUR CORREDORES DE SEGUROS

Oposición: artículos 19 y 20, letra h) Ley N° 19.039

Marca solicitada	Oposición
Solicitud N° 1477004 Solicitante: Patricio José Oelckers Abogabir Viento Sur Corredores de Seguros Clases 36: Corretaje de seguros; Corretaje de seguros de vida.	Fundación Viento Sur Registro N° 1296118 Fundacion Viento Sur Clase 36: Servicios de inversiones, apoyo financiero y provisión de capital a organizaciones con y sin fines de lucro y organizaciones gubernamentales.
<p style="text-align: center;">Servicios de clase 36</p> <p style="text-align: center;">INAPI no son ámbitos similares ni sustitutivos</p> <p style="text-align: center;">TDPI estima que son servicios relacionados</p>	

La sentencia del Director del Instituto Nacional de Propiedad Industrial, de 04-02-2025, en lo que a la oposición se refiere rechazo lo alegado por la Fundación Viento Sur, señalando que entre los servicios solicitado en la clase 36, esto es corretaje de seguros, no existía relación de coberturas, al diferir en su naturaleza, función y finalidad, señalando que no se trataba de ámbitos de protección similares ni sustitutos.

Impugnada la resolución el TDPI por sentencia de 10-09-2025 revocó parcialmente la sentencia recurrida estableciendo la relación de coberturas entre los servicios solicitados y los propios de la marca oponente en la clase 36. Al efecto la sentencia señala en su considerando segundo lo siguiente:

(...) para ponderar la relación entre los servicios de seguros y los servicios de inversión y apoyo financiero, no puede olvidarse que, dentro de los seguros, en el Segundo Grupo (Según la clasificación de la Comisión para el Mercado Financiero) están los seguros de crédito y de caución —o aval corporativo— que son típicamente herramientas financieras, con lo cual, existe una directa relación entre este tipo de

seguros y los servicios financieros. En consecuencia, entre servicios de correedores de seguros, al menos, respecto de los seguros indicados, que no están excluidos de la cobertura pedida, existe relación con los servicios de apoyo financiero.

A continuación, el sentenciador se refiere a la posibilidad de confusión para el público consumidor considerando el respaldo y prestigio de un prestador de servicios relacionados, existiendo además semejanzas entre los signos en conflicto, por lo que estima que corresponde acoger la demanda de oposición en cuanto se funda en el artículo 20 letra h) de la ley del ramo.

En contra de lo resuelto no se dedujo recurso de casación.

ROL TDPI N° 000587-2025
Primera Sala
PFR-JRN-MAQ

EVAC+CHAIR

Oposición: artículos 19 y 20, letras f), h) inciso 2º y k) Ley N° 19.039

Marca solicitada	Oposición
<p>Solicitud N° 1457422 Solicitante: EVAC CHAIR NORTH AMERICA, LLC</p>  <p>Clases 10: Instrumentos y aparatos médicos y quirúrgicos; aparatos para su uso como ayudas motrices para discapacitados; ayudas a la movilidad para discapacitados; aparatos de manipulación de pacientes; ayudas de movilidad; ayudas ortopédicas y de movilidad; sillas de evacuación médica; aparatos de elevación de pacientes; aparatos de transporte de pacientes de cuidados intensivos; aparatos de transporte de pacientes neonatales; aparatos de transporte de pacientes pediátricos; aparatos de elevación y traslado de pacientes; aparatos de transporte de pacientes; sillas de transporte para pacientes; camillas; camillas médicas; camillas con ruedas; camillas para el transporte de pacientes; literas de pacientes en forma de camillas; cinturones de sujeción para sujetar a los pacientes en camillas; sillas de evacuación de emergencia adaptadas para pacientes; mesas para examinar pacientes; camillas de ambulancia; camillas de emergencia; dispositivos especialmente adaptados para sujetar aparatos de manipulación de pacientes a un vehículo; colchones para camillas; almohadas cervicales para uso médico; cojines de aire para uso médico; aparatos de inmovilización de pacientes; aparatos para ayudar a</p>	<p>EVAC+CHAIR INTERNATIONAL LIMITED</p> <p>EVAC CHAIR</p> <p>Marca extra registral clase 10</p>

<p>los pacientes a entrar y salir de los baños; partes y piezas para los productos mencionados; elevadores de pacientes; restricciones de seguridad de pacientes; grúas de elevación para pacientes; sillas de tratamiento de pacientes médicos; sensores y alarmas de monitoreo de pacientes; cabestrillos para elevadores de pacientes; postes de asistencia para levantar pacientes; aparatos para voltear pacientes; camas de hospital para uso con pacientes quemados; dispositivo para mover pacientes, a saber, una almohadilla de baja fricción para deslizar a los pacientes hacia o desde una camilla y una cama.</p>	
<p>Acuerdo entre las partes configura causal de irregistrabilidad de la letra k)</p>	

Por sentencia de fecha 26-11-2024, Inapi, acoge la oposición sólo en lo que refiere a las causales de irregistrabilidad de las letras f) y k) del artículo 20 de la Ley 19.039, toda vez que se acreditó en autos la existencia de un acuerdo entre las partes, donde consta que el solicitante tendría la calidad de importador exclusivo de los productos fabricados por el oponente para Norteamérica, el cual, además, tendría la prohibición de comercializar los productos fuera de dicho sector. De esta forma, no es probable que sólo por casualidad, la demandada hubiese requerido protección marcaria de un término evidentemente similar, tanto gráfica como fonéticamente, a la utilizada por el actor, precisamente para una cobertura estrechamente relacionada, todo lo cual lleva concluir que la seña pedida, lo ha sido transgrediendo los principios de competencia leal y ética mercantil. Asimismo, conceder el cuño requerido, provocará error o engaño al público consumidor respecto de la procedencia empresarial de los productos a distinguir.

Esta decisión del tribunal a quo, fue apelada sólo por la parte solicitante.

Revisada en alzada, el TDPI por fallo de mayoría de fecha 23-09-2025, confirmó la sentencia impugnada, indicando que, en atención a la prueba acompañada por el oponente, efectivamente es posible acreditar la existencia de un acuerdo o contrato entre las partes, en virtud del cual el solicitante de autos tendría la calidad de importador exclusivo de los productos fabricados por el oponente para Norteamérica, y que, además, el solicitante tendría la prohibición de comercializar los productos fuera de este territorio. En razón de lo anterior, la presentación de una solicitud fuera de Norteamérica representaría un atentado a los principios que rigen la competencia leal y la ética mercantil.

De igual forma, el Tribunal sostiene que, de otorgar la marca pedida, esto inducirá a error o engaño a los consumidores en cuanto a la procedencia empresarial de los productos a distinguir.

¹En relación con lo anterior, tampoco comparte la aplicación del artículo 20 letra f) de la ley del ramo, en cuanto vincular que el error en la procedencia empresarial surge por la infracción del artículo 20 letra k) de la misma ley.

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

ROL TDPI N° 000255-2025
Primera Sala
PFR-JRN-MAQ

PATAGONIA MARATHON

Oposición: artículos 19 y 20, letra h) Ley N° 19.039

Marca solicitada	Oposición
<p>Solicitud N° 1477004 Solicitante: Patricio José Oelckers Abogabir</p> <p>Viento Sur Corredores de Seguros</p> <p>Clases 36: Corretaje de seguros; Corretaje de seguros de vida.</p>	<p>Fundación Viento Sur Registro N° 1296118</p> <p>Fundacion Viento Sur</p> <p>Clase 36: Servicios de inversiones, apoyo financiero y provisión de capital a organizaciones con y sin fines de lucro y organizaciones gubernamentales.</p>
Servicios de clase 36 INAPI no son ámbitos similares ni sustitutivos TDPI estima que son servicios relacionados	

La sentencia del Director del Instituto Nacional de Propiedad Industrial, de 04-02-2025, en lo que a la oposición se refiere rechazo lo alegado por la Fundación Viento Sur, señalando que entre los servicios solicitado en la clase 36, esto es corretaje de seguros, no existía relación de coberturas, al diferir en su naturaleza, función y finalidad, señalando que no se trataba de ámbitos de protección similares ni sustitutos.

Impugnada la resolución el TDPI por sentencia de 10-09-2025 revocó parcialmente la sentencia recurrida estableciendo la relación de coberturas entre los servicios solicitados y los propios de la marca oponente en la clase 36. Al efecto la sentencia señala en su considerando segundo lo siguiente:

() para ponderar la relación entre los servicios de seguros y los servicios de inversión y apoyo financiero, no puede olvidarse que dentro de los seguros, en el Segundo Grupo (Según la clasificación de la Comisión para el Mercado Financiero) están los seguros de crédito y de caución —o aval corporativo— que son típicamente herramientas financieras, con lo cual, existe una directa relación entre este tipo de seguros y los servicios financieros. En consecuencia, entre servicios de corredores

de seguros, al menos, respecto de los seguros indicados, que no están excluidos de la cobertura pedida, existe relación con los servicios de apoyo financiero.

A continuación, el sentenciador se refiere a la posibilidad de confusión para el público consumidor considerando el respaldo y prestigio de un prestador de servicios relacionados, existiendo además semejanzas entre los signos en conflicto, por lo que estima que corresponde acoger la demanda de oposición en cuanto se funda en el artículo 20 letra h) de la ley del ramo.

En contra de lo resuelto no se dedujo recurso de casación.

ROL TDPI N° 000587-2025
Primera Sala
PFR-JRN-MAQ

A2

Oposición: artículos 19 y 20, letras e) y f) Ley N° 19.039

Marca solicitada
Solicitud N° 1308450 Solicitante: The A2 Milk Company Limited
A2
Clases 5: Alimentos para bebés; fórmula y leche en polvo para bebés; alimentos dietéticos para uso médico; bebidas dietéticas para uso médico; complementos nutricionales; mezclas de complementos nutricionales en polvo para bebidas; complementos alimenticios a base de proteínas; complementos alimenticios a base de proteínas en forma de polvo.
Sin llegar a describir el ámbito de protección la marca se considera sugerente del mismo.

Société Des Produits Nestlé S.A. y Cooperativa Agrícola y Lechera de la Unión Ltda. presentaron sendas demandas de oposición fundada en las letras e) y f) del artículo 20 de la Ley del ramo señalando que la denominación “A2” correspondía a una expresión descriptiva e indicativa de calidad de los productos a distinguir en la clase 5; la marca señala hace claramente referencia a la beta caseína A2 que se encuentra presente en algunos tipos de leche.

El Instituto Nacional de Propiedad Industrial por sentencia de fecha 13-04-2020, rechazó las demandas por cuanto estimó que la marca pedida estaba integrada por el término “A2”, el que si bien corresponde al nombre de una variante de la proteína beta caseína presente en la leche de vaca, y aun cuando pueda estar presente en la constitución de los productos requeridos, no los describe directamente, por lo que forma un conjunto con fisonomía propia y con la distintividad necesaria para obtener protección marcaria, tratándose de una marca de evocativa de la cobertura pedida.

En respuesta al recurso de apelación de la demandante, reiterando los argumentos de sus oposiciones el TDPI por fallo de fecha 09-11-2020, confirmó la sentencia en alzada, ya que el signo solicitado “A2”, no se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad de la letra e) del artículo 20 de la Ley sustantiva, siendo a lo más una marca evocativa que, sin llegar a distinguir los productos requeridos, da una idea acerca de ellos siendo, por tanto, es susceptible de protección marcaria.

Asimismo, agrega que el solicitante era titular de varios registros de marca “A2”, en clase 5 y relacionadas, en el extranjero.

En contra de lo resuelto ambos oponentes dedujeron recurso de casación, los que fueron desestimados, argumentando que la sentencia no contiene aquellos errores de derecho denunciados por los oponentes, puesto que el TDPI ha hecho una correcta aplicación de las disposiciones legales atinentes al caso de que se trata.

GCG

ROL TDPI N° 000935-2020

Primera Sala

AAP-CIM-PFR

Excma. Corte Suprema

Rol N°17.321-2021

AD'ORO

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

Marca solicitada	Oposición
<p>Solicitud N° 1572743 Solicitante: Ad'oro S.A</p>  <p>Clases 29: Albóndiga; Atún, no vivo; Aves de corral, en conserva; Aves de corral, no vivas; Bacalaos que no estén vivos; Tocino; Gambas, en conserva; Gambas, no vivas; cangrejos que no estén vivos; Carne de vacuno; Carne de cerdo; Carne fresca de vacuno; Cuajada; Queso cuajado; Coco rallado; Coco seco; huevos de codorniz; Costilla; Costillas; Crustáceos, no vivos; Embutidos [fiambres]; Filete de pescado; Embutidos; mariscos que no estén vivos; Hamburguesa de carne; Hamburguesa de pescado; Productos lácteos; Medallón de pescado; Huevos; Jamón; queso quark; Requesón; Queso; Salmón, no vivo; Salchichas blancas; Salchichas de perrito caliente; Embutidos empanados; Sardinas, no vivas.</p> <p>Clases 35: Gestión de la atención al cliente; servicio de orientación al consumidor; Comercialización [por cualquier medio] de productos alimenticios, a saber, aves y huevos, carnes rojas, productos lácteos, pescado; Asesoramiento, consultoría e información en materia de publicidad y propaganda por cualquier medio; Asesoramiento en gestión empresarial; Asesoramiento en gestión y organización</p>	<p>Mrs. Bectors Food 15 Specialities Ltd Registro N° 1402624</p> <p>ADORO</p> <p>Clase 30: Galletas, café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, café artificial; harina y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y productos de confitería incluidos.</p>

<p>Asesoramiento en organización empresarial; Investigación empresarial; Promoción de ventas para terceros [publicidad]; Publicidad; Publicidad en radio; Publicidad en televisión; Publicidad exterior; Publicidad en línea en una red informática; Publicidad a través de catálogos de venta; Publicidad a través de cualquier medio; Representación comercial.</p> <p>Clases 40: Sacrificio de animales.</p>	
Campos operativos diversos	

Por sentencia de fecha 07-01-2025, Inapi, rechaza la demanda de oposición, ya que las marcas en pugna se refieren a coberturas diferentes, por lo que no existía riesgo de confusión entre el público consumidor. Además, no se observa cómo el signo pedido podría ser inductivo a error o engaño acerca de la procedencia, calidad o género de los productos y servicios a distinguir.

Apela la parte demandante, reiterando los argumentos de su oposición en cuanto las señas en disputa presentan una cobertura estrechamente relacionada.

El TDPI por fallo de fecha 13-08-2025, confirmó la sentencia en alzada, señalando que la cobertura de la marca pedida “AD’ORO”, no se relaciona con el campo operativo amparado por la marca previa “ADORO”, las cuales poseen distintos canales de distribución y comercialización, con diferentes destinatarios, en consecuencia, la señal pedida no causará confusión, error o engaño en los consumidores y usuarios.

En contra de lo resuelto se interpuso recurso de casación por la actora, el cual fue declarado inadmisible, quedando firme la sentencia recurrida.

GCG

ROL TDPI N° 000525-2025

Segunda Sala

OTZ-CIM-LCC

Excma. Corte Suprema

Rol N°38.359-2025

OISHI

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

Marca solicitada
Solicitud N° 1503894 Solicitante: GRUPO EXTREMO SUR S.A
OISHI
Clases 18: Mochilas, mochilas escolares, bolsas de deporte, riñoneras, carteras y bolsos de mano; Maletines y maletines para documentos; Maletas; estuches de cuero o cartón cuero; correas de cuero [artículos de guarnicionería]; canguros portabebés; Bolsos multiuso; bolsos de deporte*; Billeteras; Bandoleras de cuero
Inapi rechaza la oposición Tdpi revoca atendidas las semejanzas determinantes de los signos

Por sentencia de fecha 30-04-2025, Inapi, rechaza la demanda de oposición presentada por Industria de Diseño Textil S.A. (Inditex S.A), basada en su marca OYSHO de la cual alega ser creadora y que tendría registrada en Chile para distinguir artículos de las clases 18 y 25.

La oponente afirma que el signo presentaría semejanzas gráficas y fonéticas determinantes con la marca previa, famosa, notoria registrada en diversos países, toda vez que se estructurarían en base a las mismas letras, en el mismo orden y secuencia y las modificaciones realizadas no resultarían suficientes para distinguirlos de manera adecuada en el mercado, sumado a la estrecha relación de cobertura provocaría toda clase de errores y/o confusiones en el público consumidor respecto del verdadero origen empresarial de los productos a distinguir.

El TDPI por fallo de fecha 13-10-2025, revocó lo resuelto por INAPI. Para el resolutor habiendo quedado establecido que se trata de coberturas cercanas, correspondía atender a la estructura de los signos para determinar las semejanzas gráficas y fonéticas relevantes en grado de poder generar confusión, siendo de opinión que no podía pasarse por alto que se trata de signos conformados por un solo elemento o término sin contenido conceptual en castellano.

El resolutor consideró además que el oponente contaba con registros en el extranjero para el mismo tipo de productos de clase 18 y, además, acompañó a los autos prueba suficiente para dar cuenta de la fama y notoriedad de su marca.

En contra de lo resuelto no se interpuso recurso de casación.

ROL TDPI N° 001251-2025

PFR-JRN-CIM

COCOLILLO

Oposición: artículos 19 y 20, letras f), g), h) y k)º Ley N° 19.039

Marca solicitada
Solicitud N° 1485459 Solicitante: Fuentes y Carroza Limitada
 <p>Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 8; Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 10; Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 21; Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 24; Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 25; Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 26; Servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 28</p>
Más allá de compartir una idea gráfica, las figuras son diferentes

Por sentencia de fecha 16-04-2025, Inapi, rechazó la demanda de oposición presentada por la sociedad SPORLOISIRS S.A., quien señala ser el titular de un conjunto de marcas que se identifican con la denominación “Lacoste” cuya etiqueta es reconocida por un cocodrilo, siendo una marca cuya fama y notoriedad es reconocida internacionalmente, comercializada en las tiendas más prestigiosas del mundo.

El TDPI por fallo de fecha 14-10-2025, confirmó lo resuelto por INAPI, señalando que más allá del hecho de compartir la idea gráfica de aludir a un mismo sustantivo, la empresa oponente no es propietaria del concepto ni de todas las formas posibles de representar la figura de un cocodrilo. Advirtiendo además diferencias entre las figuras confrontadas, más allá de la idea conceptual concurrente.

En contra de lo resuelto no se interpuso recurso de casación.

ROL TDPI N° 001234-2025

PFR-CIM-MAQ

B & C

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

Marca solicitada	Oposición
Solicitud N° 1497774 Solicitante: The Cotton Group	Comercializadora A y T Ltda.. Registro N° 1321761
	
Clases 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrería. Clase 25: Prendas de vestir; calzado; artículos de sombrería.	
Semejanza en el centro distintivo	

Por sentencia de fecha 08-04-2025, Inapi, acogió la demanda, considerando que los signos tenían semejanzas determinantes para una sana y pacífica coexistencia en el mercado. Para el sentenciador, los cuños coincidían en las letras B y C en el mismo orden y secuencia, sin que las adiciones y sustracciones de elementos, ni la representación gráfica en el signo pedido permita distinguir una marca de otra.

El TDPI por fallo de fecha 21-10-2025, confirmó lo resuelto por INAPI, señalando que el centro distintivo del signo previo es “BC”, que se distingue únicamente por el uso del símbolo (&”), lo que resulta insuficiente para distinguir a los signos adecuadamente.

En contra de lo resuelto no se interpuso recurso de casación.

ROL TDPI N° 001145-2025

PFR-JRN-MAQ

IV.- Incidentes

COONFIA

Artículo 17 bis B), 19, y 22 de la Ley de Propiedad Industrial y artículo 24 de su Reglamento, 186 y siguientes del Código de Procedimiento Civil

Marca solicitada	Oposición
Solicitud N° 1537373 Solicitante: Cooperativa de Ahorro y Credito Lautaro Rosas Limitada	Red Amigo Dal, S.A.P.I. de C.V. Sofom E.N.R. Registro N° 1309975
COONFIA	KONFIO
Clases 36	Clase 36
TDPI acoge el abandono de procedimiento Excma. Corte Suprema declara desierto el recurso al no hacerse parte la parte recurrida.	

Con fecha 19-11-2024, la solicitante presentó el escrito de abandono del procedimiento basado en el hecho que la última resolución recaída en gestión útil databa de fecha 14 de mayo de 2024, resolución que tuvo por objetados los documentos presentados por su parte, y en donde había transcurrido más de 6 meses desde aquella fecha.

Inapi, con fecha 02-01-2025, rechaza la petición de abandono de procedimiento, puesto que constaba de autos que la última gestión útil aconteció el 16-02-2024, fecha en que ese tribunal abrió el término probatorio. El resolutor señala además que el artículo 432 del Código de Procedimiento Civil dispone que “vencido el plazo a que se refiere el artículo 430, se hayan o no presentado escritos y existan o no diligencias pendientes, el tribunal citará para oír sentencia”, por lo cual la inactividad no era imputable a la parte demandante.

Impugnada la resolución el TDPI por sentencia de fecha 06-08-2025, revocó lo resuelto señalando que tanto en los juicios de marcas como en patentes, si bien existe un interés particular comprometido, también concurre un interés público, de manera que, permitir que los juicios queden a la disposición únicamente del impulso

de parte, lo que puede suceder al no declarar un abandono, por ello, en este caso la institución del abandono opera también como un activador de la resolución de la litis y con ello, del establecimiento de certeza jurídica respecto de ese derecho en la comunidad.

Recurrido este fallo la Excma. Corte Suprema, con fecha veintinueve de octubre de dos mil veinticinco, ésta indica que el recurrente de casación no se hizo parte en la causa dentro de plazo, habiendo transcurrido con creces al plazo establecido en la Ley para hacerlo. Igualmente, sostiene que el artículo 3º transitorio de la Ley de Tramitación Electrónica señala expresamente que las modificaciones introducidas al Código Orgánico de Tribunales y al Código de Procedimiento Civil, no se aplicarán a tribunales distintos a los comprendidos en el artículo 1º, por lo que respecto de aquellos subsisten las obligaciones de los cuerpos legales pertinentes, por lo cual, el recurso interpuesto es declarado desierto, al no haberse hecho parte el recurrente.

ROL TDPI N° 000533-2025
PFR-JRN-MAQ
Excma. Corte Suprema Autos
Rol N° 37449-2025

¹ Esta resolución fue acordada con el voto contrario del ministro Sr. Marco Arellano Quiroz, quien estuvo por revocar el fallo en alzada, por estimar: “que las obligaciones en el presente juicio, son las que existen entre las partes, no las que se suponen interesan a terceros, como se acredita en la documentación acompañada. Por tanto, señala que no se aprecia, entre las partes de la litis, transgresión expresa de lo contratado; tampoco estima que se haya efectuado un uso malicioso con fines comerciales o una falsificación de marca; menos observa un pacto expreso o prohibición sobre los registros marcas fuera Norteamérica; y, no habiendo sido aclarada la participación en el asunto de los terceros involucrados, no considera que exista una violación a los principios de la competencia leal y ética mercantil”.