



BOLETÍN DE JURISPRUDENCIA MARCARIA

DESCRIPCIÓN BREVE

El boletín contiene una selección de las sentencias relevantes dictadas por Tribunal de Propiedad Industrial y la Excma. Corte Suprema.

SEPTIEMBRE 2026

CONTENIDO

I. Rechazos administrativos..... 1

 SAMSON PUMPS..... 1

 TRIDIMENSIONAL (Separador vial de caucho) 3

 FC Q-ALITY 5

 SANATORIO ALEMÁN 6

 UPGRADES MART 8

 MERCADO PROVIDENCIA 10

 TRIDIMENSIONAL (Forma del producto HT22 PLUS)..... 12

 DERMOCOACHING BEAUTY BY SALCO BRAND..... 14

II. Demandas de oposición 16

 UBER ENERGY DRINK..... 16

 CONTIGO EN TODAS ENTEL 18

 CAMPEÓN 20

 SELZY..... 22

 LABOMED CENTRO DE SALUD LABORAL 24

 BASSI 25

III.- Demandas de Nulidad 27

 BOCATTI EMPANADAS..... 27

IV.- Casaciones relevantes..... 29

 TRAUMED 29

 CNA..... 32

 BCN CONSULTORES COMPROMETIDOS CON LA EXCELENCIA..... 35

I. Rechazos administrativos

SAMSON PUMPS

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

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
Solicitud N° 991551716 Solicitante: Samson Pumps A/S Marca denominativa: Samson Pumps Clase 7: Bombas y compresores, incluidas bombas de vacío, bombas compresoras, bombas de vacío de líquidos, bombas compresoras de líquidos; conjuntos de bombas, incluidas bombas de vacío y bombas compresoras; fuelles [partes de máquinas], máquinas sopladoras para la compresión, aspiración y transporte de gases, incluidos sopladores de canal lateral. Clase 37: Instalación de bombas y sistemas de bombeo; reparación y mantenimiento de calentadores y bombas industriales; consultoría sobre los servicios mencionados.	Registros N° 1206546 y N° 1223320 SAMSON Clases 7 y 37 Perteneciente a Samson Aktiengesellschaft.
Se considera el acuerdo de coexistencia para la ausencia de riesgo de confusión entre signos.	

La resolución del INAPI de fecha 23-12-2025, rechazó de oficio la solicitud porque consideró que la expresión “SAMSON PUMPS” podía confundirse con dos registros anteriores de la marca “SAMSON”, pertenecientes a Samson AG/Samson Aktiengesellschaft. El rechazo se fundamentó principalmente en la semejanza gráfica y fonética entre los signos y en la causal del artículo 20 letra h) de la Ley N° 19.039.

La solicitante apeló ante el TDPI y acompañó un acuerdo de coexistencia celebrado el año 2020 con la titular de las marcas “SAMSON” que habían provocado el rechazo.

El Tribunal, por sentencia de fecha 02-06-2026, consideró especialmente relevante dicho acuerdo y revocó la resolución apelada; ya que, luego de analizarlo, estimó que las marcas podían coexistir comercialmente sin generar confusión en los consumidores. Para llegar a esta conclusión, tuvo en cuenta que, respecto de los productos de la clase 7, las bombas solicitadas por “SAMSON PUMPS” no tenían una relación directa con las válvulas que distinguían las marcas anteriores.

Respecto de los servicios de la clase 37, aunque existía una relación más evidente entre la instalación y mantenimiento de bombas y los productos de la clase 7, el Tribunal concluyó que esa circunstancia no era suficiente para generar riesgo de confusión respecto del origen empresarial, considerando el conjunto de antecedentes y, particularmente, el acuerdo de coexistencia.

Además, el TDPI tomó en consideración que las marcas ya coexistían en otros países, específicamente Alemania, Dinamarca y China, lo que reforzó su conclusión de que la coexistencia era comercialmente posible.

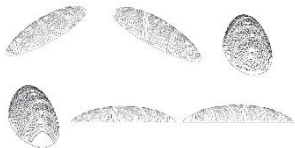
En contra de lo resuelto no se interpuso recurso de casación quedando firme la sentencia.

GCG

ROL TDPI N° 000574-2026
JRN-OTZ-AAP

TRIDIMENSIONAL (Separador vial de caucho)

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

Marca solicitada
Solicitud N° 1613854 Solicitante: ZICLACITIES, S.L. Marca tridimensional:  Clase 17: Caucho reciclado; Materias de relleno de caucho; materiales de relleno de caucho o materias plásticas; materiales de acolchado de caucho o materias plásticas; caucho en bruto o semielaborado; caucho; caucho sintético; topes de caucho; Caucho de etileno-propileno; productos de materias plásticas semielaborados; Suelas de amianto, de caucho, plástico y goma; Caucho, productos de caucho y goma tales como separadores de calzadas para ciclo vías, lomos de toro para la reducción de velocidad de vehículos y automóviles. Materias de caucho, goma y plásticas semielaboradas, revestimientos aislantes, topes de goma y caucho, fibras y productos vulcanizados. Clase 19: Materiales de construcción y revestimiento de calzadas; láminas y bandas de materiales sintéticos para la señalización horizontal de calles y carreteras; materiales de construcción no metálicos; bandas para construcción de carreteras, material de construcción de carreteras no metálicos. La forma tridimensional es objeto funcional y de uso común, por tanto, carente de distintividad marcaria.

La resolución del INAPI de fecha 11-11-2025, rechazó de oficio el signo solicitado, fundamentado en la letra e) del artículo 20 de la Ley de Propiedad Industria, argumentando que el signo carecía de distintividad ya que su forma tridimensional correspondía a un separador vial común similar a otros productos existentes en el mercado, sin elementos suficientemente diferenciadores que permitan al consumidor asociarlo con un origen empresarial específico.

El solicitante apela, sosteniendo que ya contaba con un diseño industrial N° 8057 que protegía la misma forma tridimensional, por lo que, si esa forma había sido protegida como diseño industrial, podía también recibir protección como marca comercial.

Revisada en alzada, el TDPI por sentencia pronunciada con fecha 03-06-2026, confirmó la resolución apelada, puesto que la forma de un separador vial de caucho es funcional y común en el mercado, existiendo productos similares de distintos fabricantes, por lo que no permite al consumidor identificar un origen empresarial único.

El Tribunal además aclaró que tener previamente protegido el mismo objeto como diseño industrial no significa que pueda registrarse automáticamente como marca, ya que ambas figuras tienen finalidades y requisitos distintos.

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

GCG

ROL TDPI N° 000158-2026
OTZ-MAQ-AAP

FC Q-ALITY

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

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
Solicitud N° 1617938 Solicitante: FC QUALITY SpA Marca mixta:  Clase 25: artículos de vestuario; vestuario; ropa*; ropa de deporte; calzado; artículos de sombrería.	Registro N° 1356668 FC3 Clase 25 Perteneciente a Life bc spa.
El elemento común que comparten ambas marcas puede hacer creer que pertenecen a un mismo origen empresarial.	

La resolución del INAPI de fecha 07-11-2025, rechazó de oficio la solicitud por presentar semejanzas gráficas y fonéticas con la marca “FC3”.

Por sentencia de fecha 13-05-2026, el Tribunal confirmó el rechazo de la marca “FC Q-ALITY” para productos de vestuario de la clase 25, debido a su semejanza gráfica y fonética con la marca previa “FC3”, también registrada para ropa. Consideró que ambas marcas comparten el elemento “FC”, que constituye el componente predominante, mientras que “Q-ALITY” no logra diferenciarlas y, por el contrario, puede hacer pensar al consumidor que se trata de líneas de ropa relacionadas o de un mismo origen empresarial.

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

SANATORIO ALEMÁN

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

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
Solicitud N° 1565993 Solicitante: Clínica Sanatorio Alemán S.A Marca mixta:  Clase 44: servicios de clínicas de salud.	Registro N° 804228 SANATORIO ALEMAN DE CONCEPCION Registro N° 810023 CLÍNICA DE LA MUJER SANATORIO ALEMÁN S.A Registro N° 1170591 CLINICA DE LA MUJER SANATORIO ALEMAN Clase 44 Pertenecientes a Clínica de la Mujer Sanatorio Alemán S.A.
Existencia previa de marcas con el mismo elemento distintivo y cobertura relacionada.	

INAPI, con fecha 07-11-2025, rechazó de oficio la solicitud, aplicando el artículo 20 letra h) de la Ley N° 19.039, por existir tres registros anteriores con la expresión “SANATORIO ALEMÁN” que protegen servicios similares de la misma clase.

Por sentencia definitiva de fecha 27-03-2026, el Tribunal consideró que la expresión “SANATORIO ALEMÁN”, utilizada de manera aislada, podía ser percibida como la raíz u origen de las marcas anteriores, ya que estas se diferencian principalmente por sus complementos -“De Concepción” y “Clínica de

la Mujer”-, mientras que el signo solicitado no incorpora elementos adicionales que permitieran distinguirlo suficientemente. Por ello, su coexistencia podría generar confusión entre los usuarios.

Además, el Tribunal señaló que los elementos figurativos presentes en algunas de las marcas anteriores no son suficientes para evitar la confusión, porque en la publicidad y comunicación verbal los consumidores no necesariamente tendrán esos elementos visuales para diferenciarlas.

En contra de lo resuelto se interpuso recurso de casación, no obstante, el recurrente no se hizo parte en la causa dentro de plazo, por lo cual se declaró desierto dicho recurso.

GCG

ROL TDPI N° 000153-2026
JRN-MAQ-AAP

ROL CORTE SUPREMA N° 25.171-
2026

UPGRADES MART

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

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
Solicitud N° 1617938 Solicitante: Suntech SpA Marca mixta:  Clase 37: Cambios de pantalla de vehículos.	Registro N° 1208336  Clase 37 Perteneciente a UP GRADER INTEGRADOR DE SERVICIOS SPA.
Las diferencias en los servicios y en la composición del signo permiten su coexistencia sin riesgo de confusión.	

Por resolución de fecha 22-10-2025, INAPI rechazó la solicitud de oficio por la existencia de la marca anterior “UP GRADER”, registrada para servicios de instalación, reparación y mantención de aparatos eléctricos, audiovisuales y redes informáticas, estimando configurada la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) de la Ley N° 19.039.

El TDPI acogió la apelación de Suntech SpA, con fecha 23-04-2026, y permitió el registro de “UPGRADES MART”, pese a la existencia de la marca anterior “UP GRADER”. El Tribunal consideró que, aunque ambos signos comparten elementos similares, los servicios de *cambios de pantallas de vehículos, clase 37*, son suficientemente específicos y diferentes, sumado al hecho que “UPGRADES MART” incorpora el complemento “SMART”, además de elementos gráficos, diseño y colores distintos, por lo que su coexistencia no generaría confusión en los usuarios.

MERCADO PROVIDENCIA

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

Marca solicitada	Fundamento observación de fondo
Solicitud N° 1618024 Solicitante: Mercado Providencia S.A Marca denominativa: MERCADO PROVIDENCIA Clase 36: Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con comercios de venta al por menor y al mayor y con inmuebles comerciales; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles en alquiler.	Registro N° 1173462  Clase 36 Perteneciente a Constructora Providencia Limitada.
El elemento geográfico no es apropiable en exclusiva, además, los complementos de ambas marcas generan suficiente diferenciación.	

La resolución del INAPI de fecha 07-11-2025, rechazó de oficio la solicitud por presentar semejanzas gráficas y fonéticas con la marca “PROVIDENCIA INMOBILIARIA”.

Por sentencia de fecha 10-06-2026, el tribunal de alzada revocó la resolución apelada y concedió la marca “MERCADO PROVIDENCIA”, pese a la existencia de la marca anterior “PROVIDENCIA INMOBILIARIA”. Consideró que, aunque ambas comparten la expresión “Providencia”, esta corresponde a un localizador geográfico —la comuna de Providencia—, por lo que no puede ser apropiada exclusivamente por un solo operador. Además, los términos “mercado” e “inmobiliaria” son diferentes y, al considerar también los elementos figurativos de la marca anterior, los signos presentan una fisonomía suficientemente característica para coexistir sin generar confusión.

El Tribunal también tuvo especialmente en cuenta que MERCADO PROVIDENCIA S.A. es concesionaria del centro urbano de ese nombre, mediante un contrato celebrado con la Municipalidad de Providencia, y que la autoridad alcaldicia había autorizado expresamente la solicitud de la marca,

estableciéndose además que, terminada la concesión, la marca deberá ser cedida a la Municipalidad.

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

GCG

ROL TDPI N° 000260-2026
JRN-OTZ-AAP

TRIDIMENSIONAL (Forma del producto HT22 PLUS)

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

Marca solicitada
Solicitud N° 991801288 Solicitante: Wirtgen GmbH. Marca tridimensional:  Clase 7: Instrumentos para sujetar partes de máquinas, en particular puntas.
La forma tridimensional corresponde a una geometría particular reconocible y no a una forma genérica o común en el mercado.

INAPI, por resolución de fecha 21-01-2026, rechazó de oficio la marca tridimensional porque consideró que la forma solicitada para instrumentos de sujeción de máquinas era común, funcional y carente de distintividad, por lo que no permitía identificar un origen empresarial determinado y no podía otorgarse su uso exclusivo como marca, conforme al artículo 20 letra e) de la Ley N° 19.039.

Con fecha 11-08-2026, el TDPI revocó la resolución apelada y permitió registrar la marca tridimensional solicitada para instrumentos destinados a sujetar partes de máquinas.

El Tribunal de alzada, sin embargo, estimó que la forma debía analizarse en su impresión global y que no se trataba simplemente de un cilindro o tornillo convencional, sino de una geometría particular y específica que le otorgaba un grado suficiente de distintividad. Además, señaló que el solo hecho de que el producto cumpla una función de sujeción no significa que su forma sea irregistrable.

Asimismo, el resolutor de alzada señaló que INAPI no identificó cuál era el parámetro técnico, estándar o forma genérica con la que había comparado el producto para concluir que carecía de distintividad, basando el rechazo en argumentos generales y sin acreditar la existencia de formas semejantes en el sector.

Además, se indicó en la resolución que la documentación aportada acreditaba el reconocimiento de la forma del producto HT22 PLUS y que ésta ya había sido registrada como marca tridimensional en distintos países, lo que reforzó la conclusión de que no se trataba de una forma común.

GCG

ROL TDPI N° 000859-2026
JRN-CIM-AAP

DERMOCOACHING BEAUTY BY SALCOBRAND

Observación de fondo: artículo 19 bis c) de la Ley N° 19.039

Marca solicitada
Solicitud N° 1635722 Solicitante: SALCOBRAND S.A. Marca mixta:  Clase 16: publicaciones periódicas; revistas [publicaciones periódicas]; folletos; papel; cartón; artículos de papelería; folletos publicitarios; carteles publicitarios. Clase 35: publicidad; marketing; servicios de promoción de productos y servicios de terceros; desarrollo de campañas publicitarias para negocios; gestión de negocios comerciales; suministro de información al consumidor sobre productos a través de internet; asesoramiento e información sobre servicios de clientes y gestión de productos y precios en sitios de internet en relación con compras realizadas a través de internet; suministro de espacios de venta en línea para vendedores y compradores de productos y servicios; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta minorista; administración de programas de fidelización de clientes; puesta a disposición de información al cliente sobre productos y servicios; administración de programas de fidelización de consumidores; asesoramiento sobre productos de consumo en relación con productos cosméticos; servicios de venta de tienda minorista en línea en relación con productos cosméticos y de belleza; publicidad y promoción de ventas sobre productos y servicios; gestión comercial de tiendas de venta minorista; publicidad y promoción de ventas en relación con productos y servicios, ofrecidos y pedidos a través de telecomunicaciones o medios electrónicos Clase 41: educación relacionada con la salud; servicios de formación y educación profesional; servicios de educación y formación en materia de salud y seguridad laboral; impartición de cursos educativos en materia de dietética y cuidado de la salud Clase 44: servicios de atención médica; servicios de información médica, a saber, información para pacientes y profesionales de la salud relacionada con condiciones médicas, tratamientos y productos farmacéuticos; diagnóstico de enfermedades; servicios de análisis médicos prestados por laboratorios médicos con fines diagnósticos y terapéuticos; consultoría en asistencia médica provista por doctores y personal médico especializado; consultoría en materia de salud; servicios de laboratorio para la toma de muestras y exámenes médicos; prescripción de medicamentos; asistencia sanitaria a domicilio; servicios de centros de salud; servicios hospitalarios; servicios de odontología; consultas sobre el cuidado de la piel; servicios de tratamiento de belleza.

Los componentes comunes, genéricos o descriptivos de una marca no pueden monopolizarse individualmente.

Con fecha 15-01-2026, INAPI concedió el registro, pero limitó la protección al conjunto de la marca, dejándola expresamente sin protección individual las expresiones “DERMO”, “COACHING” y “BEAUTY”, conforme al artículo 19 bis C) de la Ley N° 19.039.

Por sentencia de fecha 14-05-2026, el TDPI consideró que esta limitación era correcta y jurídicamente procedente, porque los tres términos son de uso común o tienen carácter genérico, indicativo o descriptivo: “DERMO” se relaciona con la dermis, “COACHING” con entrenamiento o desarrollo personal/profesional y “BEAUTY” significa belleza. Por ello, ninguno de estos elementos puede ser apropiado en forma exclusiva por un solo titular.

SALCOBRAND alegó que “DERMOCOACHING” debía considerarse una sola palabra, pero el Tribunal señaló que éste puede dividirse claramente en los segmentos “DERMO” y “COACHING”, ambos de uso común y que, además, la propia representación gráfica de la marca utiliza tipografías diferentes, reforzando la percepción de que se trata de dos conceptos.

En definitiva, el TDPI desestimó la apelación y confirmó la resolución de INAPI, manteniendo la protección de la marca únicamente como conjunto, sin derechos exclusivos sobre “DERMO”, “COACHING” y “BEAUTY” considerados aisladamente.

GCG

ROL TDPI N° 000324-2026
JRN-OTZ-AAP

II. Demandas de oposición

UBER ENERGY DRINK

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

Marca solicitada	Fundamento oposición
Solicitud N° 1545326 Solicitante: Ricardo Eric Olivares Castillo Marca mixta:  Clase 32: bebidas de deporte que contienen electrolitos; bebidas energéticas; bebidas no alcohólicas que contienen jugo de frutas; bebidas refrescantes sin alcohol / refrescos; refrescos no alcohólicos; refrescos sin gas.	Artículos 19 y 20 letras f), h) inciso 1°, g) inciso 1° y k) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: UBER TECHNOLOGIES INC Registro N° 1320130 UBER Registro N° 1261198 UBER EATS Clases 9, 35, 38, 39 y 42
Una marca famosa y notoria, cuyo ámbito de distribución se encuentra relacionado, podía generar asociación indebida y aprovechar su reputación empresarial.	

Ricardo Eric Olivares Castillo solicitó el registro de la marca mixta “UBER ENERGY DRYNK” para la clase 32.

Uber Technologies Inc. se opuso al registro, indicando principalmente que “UBER ENERGY DRYNK” incorporaba íntegramente su reconocida marca “UBER”, que existía similitud entre los signos y que, debido a la fama y notoriedad de UBER, podía generarse confusión respecto del origen empresarial de los productos.

El solicitante, por su parte, pidió rechazar la oposición, argumentando que existían diferencias gráficas y fonéticas, además que su marca incorporaba elementos figurativos, sumado a las coberturas distintas. También sostuvo que

“UBER” coexistía con otras marcas que incorporaban ese término, como UBERBEER y UBERWINE, y que debía aplicarse el principio de especialidad.

Inapi, por sentencia de fecha 22-07-2025, rechazó la oposición presentada y concedió el registro de la marca “UBER ENERGY DRYNK” para bebidas de la clase 32. Consideró que los productos solicitados no tienen relación ni conexión relevante con los productos y servicios protegidos por las marcas UBER, por lo que no existe riesgo de confusión, resultando aplicable el principio de especialidad marcaria.

Asimismo, descartó las alegaciones de marca notoria, competencia desleal y riesgo de engaño, porque UBER no acreditó los requisitos exigidos por dichas causales, especialmente la conexión entre las coberturas y una conducta concreta de mala fe o competencia desleal del solicitante.

Revisada en alzada, el TDPI por sentencia pronunciada el 05-05-2026, acogió la oposición y rechazó el registro de “UBER ENERGY DRINK”, considerando que el signo reproduce íntegramente la conocida marca “UBER” y que las expresiones “ENERGY DRINK” no le otorgan suficiente diferenciación. Además, estimó que existía conexión entre las bebidas solicitadas y los servicios de distribución y despacho de productos de UBER, por lo que el consumidor podría entender que las bebidas provienen de UBER o están vinculadas con ella.

El Tribunal también consideró acreditada la fama y notoriedad de UBER en su rubro y estimó configurada la causal del artículo 20 letra g) inciso 3°, debido a la relación entre la marca famosa y los productos solicitados. Asimismo, acogió la causal de competencia desleal del artículo 20 letra k), señalando que el solicitante no podía desconocer la existencia de una marca tan reconocida y que el uso de “UBER” para bebidas relacionadas con el ámbito de distribución de productos podía aprovechar indebidamente la reputación ajena.

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

CONTIGO EN TODAS ENTEL**Oposición:** artículos 19 y 20, letras f) y h) Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento oposición
Solicitud N° 1520443 Solicitante: EMPRESA NACIONAL TELECOMUNICACIONES S.A. Marca denominativa: CONTIGO EN TODAS ENTEL Clase 9	Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: DISTRIBUIDORA MULTIHOOGAR S.A. Registro N° 1359199 MULTIHOOGAR CONTIGO EN TODAS Clase 9
Se comparte el elemento distintivo con una marca anterior para productos relacionados, generando riesgo de asociación y confusión empresarial.	

Por sentencia de fecha 15-0127-2023, INAPI rechazó la oposición de Distribuidora Multihogar S.A. y concedió la marca “CONTIGO EN TODAS ENTEL” a Empresa Nacional de Telecomunicaciones S.A. para productos de la clase 9, atendido que, aunque la marca previa “MULTIHOOGAR CONTIGO EN TODAS” compartía la expresión “CONTIGO EN TODAS”, consideró que los signos deben analizarse como un conjunto. La incorporación de “ENTEL” en la marca solicitada y de “MULTIHOOGAR” en la marca oponente genera diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales suficientes para que el consumidor pueda distinguirlas.

Además, INAPI tuvo presente que las coberturas no eran idénticas, aunque algunos productos sí presentaban relación por su naturaleza, función, canales de comercialización y público.

El TDPI, por sentencia de fecha 26-03-2024, revocó la decisión de INAPI y rechazó el registro de “CONTIGO EN TODAS ENTEL”, acogiendo la oposición, por considerar que, aunque la marca solicitada incorpora “ENTEL”, reproduce la expresión “CONTIGO EN TODAS” de la marca anterior “MULTIHOOGAR CONTIGO EN TODAS”, existiendo igualmente relación entre los productos de clase 9. Por ello, estimó que el consumidor podría asociar ambas marcas y creer que tienen un mismo origen empresarial, generándose riesgo de confusión, error o engaño.

Además, destacó que la marca “MULTIHOGAR CONTIGO EN TODAS” y su frase de propaganda para productos de clase 9 eran anteriores a los registros de ENTEL que contenían la expresión “CONTIGO EN TODAS ENTEL” en otras coberturas.

En contra de lo resuelto EMPRESA NACIONAL DE TELECOMUNICACIONES S.A., interpuso recurso de casación ante la Excma. Corte suprema, no obstante, se desistió de éste.

GCG

ROL TDPI N° 000261-2024
AAP-PFR-JRN

Rol CORTE SUPREMA N° 14.460-
2024

CAMPEÓN

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

Marca solicitada
Solicitud N° 1568195 Solicitante: Nury Montserrat Orpinas Díaz Marca mixta:  Clase 28: tacatacas (juguetes) La combinación del vocablo y la imagen evoca directamente una marca ajena, pudiendo generar error o engaño sobre el origen empresarial.

El oponente, UEFA, sostuvo que “CAMPEÓN” debía rechazarse porque su diseño reproducía la silueta del trofeo de la UEFA Champions League, marca registrada de su propiedad y reconocida en el ámbito deportivo, y porque la palabra “CAMPEÓN” no aportaba suficiente diferenciación. Al existir además coincidencia o relación entre los productos, estimó que el registro podía generar confusión sobre el origen empresarial y aprovechamiento de su marca famosa y notoria, invocando los artículos 20 letras f) y g) inciso 1° de la Ley N° 19.039.

Inapi, por sentencia de fecha 24-10-2025, rechazó la oposición de UEFA y concedió la marca “CAMPEÓN” para tacatacas de la clase 28, considerando que el actor no había acreditado suficientemente la fama y notoriedad de su marca respecto de esos productos específicos. La evidencia presentada se refería principalmente a la Champions League y a su trofeo, pero no demostraba notoriedad en relación con los tacatacas.

La sentencia del TDPI, de fecha 26-05-2026, consideró determinante que la marca solicitada incorporaba de manera destacada la figura del trofeo de la Champions League - “la orejona”-, reconocida mundialmente en el ámbito del fútbol profesional. A juicio del Tribunal, esto implicaba incorporar una marca ajena y extranjera en la solicitud, lo que podía inducir a error o engaño sobre el origen empresarial de los productos.

Conjuntamente, el Tribunal estimó relevante que la única expresión denominativa de la marca fuera “CAMPEÓN”, traducción de “CHAMPION”, entendiendo que ello reforzaba la intención de evocar el trofeo y la marca de UEFA.

En definitiva, el TDPI acogió la oposición sólo por la causal del artículo 20 letra f), revocó parcialmente la decisión de INAPI y denegó el registro de “CAMPEÓN”, manteniendo el resto de la sentencia.

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

GCG

ROL TDPI N° 000230-2026
JRN-OTZ-AAP

segmento inicial “SELZ”. Para el Tribunal, agregar únicamente la letra “Y” no era suficiente para diferenciarlas, y tampoco los elementos gráficos y colores lograban otorgarle una identidad propia.

Además, el TDPI dio especial importancia a la estrecha relación entre las coberturas, por lo que consideró que la coexistencia de ambas marcas podía generar confusión en el consumidor.

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

GCG

ROL TDPI N° 000394-2026
JRN-OTZ-AAP

LABOMED CENTRO DE SALUD LABORAL**Oposición:** artículos 19 y 20, letras f) y h) Ley N° 19.039

Marca solicitada	Fundamento oposición		
Solicitud N° 1579350 Solicitante: Juan Jesús Aravena Vargas Marca denominativa: LABOMED CENTRO DE SALUD LABORAL Clase 44: servicios de centros de salud	Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: ITF-LABOMED FARMACÉUTICA LIMITADA <table> <tr> <td>Registro N° 1111453 LABOMED Clase 5</td><td>Registro N° 1040415 LABOMED Clase 40</td></tr> </table>	Registro N° 1111453 LABOMED Clase 5	Registro N° 1040415 LABOMED Clase 40
Registro N° 1111453 LABOMED Clase 5	Registro N° 1040415 LABOMED Clase 40		
Elemento dominante es idéntico a las marcas anteriores y existe una relación directa entre los servicios médicos y los productos farmacéuticos que estas protegen.			

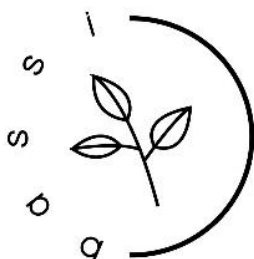
INAPI, por sentencia de fecha 24-11-2025, rectificada el 15-12-2025, rechazó la oposición y concedió la marca “LABOMED CENTRO DE SALUD LABORAL” para servicios de centros de salud de la clase 44, considerando que los servicios solicitados no tenían relación con los productos farmacéuticos y cosméticos protegidos por las marcas anteriores “LABOMED”. Por ello, aplicó el principio de especialidad marcaria y estimó que no existía riesgo de confusión.

Por sentencia dictada con fecha 27-05-2026, el TDPI, revocó esta decisión. Consideró que INAPI se equivocó al descartar la relación entre las coberturas, pues los medicamentos y productos farmacéuticos de clase 5 son de uso habitual en los centros médicos que pretende distinguir la marca solicitada. A esto se suma que existe identidad gráfica y fonética en el elemento dominante “LABOMED”, mientras que la expresión “Centro de Salud Laboral” es genérica y no aporta suficiente diferenciación.

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

JRN-OTZ-AAP

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

Marca solicitada	Fundamento oposición
Solicitud N° 1571863 Solicitante: Empresa de Cosméticos y Servicios S.A Marca mixta:  Clase 3: Productos cosméticos y preparaciones de tocador no medicinales; dentífricos no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales; preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar	Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: PHARMA KNOP INVERSIONES SPA Registro N° 890562 BAISSE Clase 3
Semejanza gráfica y especialmente fonética sumado a la relación entre los productos, podía generar confusión sobre su origen empresarial	

Inapi, por sentencia de fecha 11-12-2025, rechazó la oposición de Pharma Knop. Sin embargo, rechazó de oficio “BASSI” para cosméticos, perfumería y productos de tocador, debido a la marca anterior “ARMAND BASI”, por estimar que existía una semejanza relevante y relación entre las coberturas.

Para el rechazo del libelo del actor, consideró que, aunque “BASSI” y “BAISSE” compartían algunas letras, la diferencia entre ambos signos era suficiente para que el consumidor pudiera distinguirlos.

El oponente apeló de esta decisión.

El TDPI, por sentencia de fecha 28-05-2026, estimó que existían semejanzas gráficas y, especialmente, fonéticas, destacando la estructura similar, el inicio “BA” y la utilización de dos letras “S”. Como ambas expresiones

carecen de un significado claro en español, el consumidor se concentraría en su apariencia y pronunciación, pudiendo confundirse sobre su origen empresarial.

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

GCG

ROL TDPI N° 000391-2026
CIM-MAQ-LLC

III.- Demandas de Nulidad**BOCATTI EMPANADAS****Demanda:** artículos 19 y 20, letras f), g) inciso 1° y k) Ley N° 19.039

Marca registrada	Fundamento demanda de nulidad
Solicitud N° 1066972 Registro N° 1086760 Solicitante: Bocatti SpA. Marca mixta:  Clase 30: Empanadas.	Artículos 19 y 20 letras f), g) inciso 1° y k) de la Ley de Propiedad Industrial. Demandante: VITACAL S.A.
Prescripción de la acción de nulidad. Inapi la declara TDPI revoca por falta de prueba sobre al mala fe	

VITACAL S.A. solicitó la nulidad del registro “BOCATTI EMPANADAS”, alegando que se trataba de una marca creada y utilizada previamente por ella en Uruguay y que su registro en Chile había sido obtenido de mala fe, infringiendo, entre otras, las causales de los artículos 20 letras f), g) inciso 1° y k) de la Ley N° 19.039.

La demandada sostuvo que la acción estaba prescrita, pues habían transcurrido más de cinco años desde la concesión del registro, y negó haber actuado de mala fe. Señaló, además, que VITACAL conocía el registro chileno desde 2014.

INAPI, con fecha 08-09-2022, acogió la demanda de nulidad, estimando que, aunque habían transcurrido los cinco años, la conducta de la demandada había sido de mala fe. Consideró especialmente relevante que la demandada había sido socio de BOCATTI S.R.L. en Uruguay y, al mismo tiempo, representante de DINMER S.A., sociedad que solicitó en Chile la marca “BOCATTI EMPANADAS”. Para INAPI, esto demostraba que conocía la existencia y procedencia de la marca ajena y que el registro no podía considerarse una simple coincidencia. Por ello, la mala fe impedía aplicar la prescripción.

Sin embargo, el TDPI por sentencia de fecha 22-03-223, revocó la decisión de INAPI. Aunque reconoció que existían relaciones comerciales entre las partes y que se conocía la existencia del registro, consideró que no se acreditó mala fe al momento de solicitar y obtener la marca en Chile.

Para el resolutor fue determinante que DINMER también era titular de la marca en Uruguay cuando realizó la solicitud chilena y que, mediante correos de marzo de 2014, había informado a los representantes de VITACAL sobre el trámite y concesión de la marca en Chile, sin que estos formularan oposición en ese momento.

En consecuencia, al no existir mala fe, el TDPI determinó que sí operaba la prescripción de cinco años prevista en el artículo 27 de la Ley N° 19.039. Por ello, estimó innecesario analizar las demás causales de nulidad.

La sentencia de alzada fue objeto de recurso de casación, no obstante, VITACAL se desistió de este ante la Excma. Corte Suprema.

GCG

ROL TDPI N° 001622-2022
MAQ-JCGL-AAP

Rol CORTE SUPREMA N° 68301-
2023

IV.- Casaciones relevantes.

TRAUMED

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

Marca solicitada	Fundamento oposición
Solicitud N° 1349459 Solicitante: Camilo Andrés Rojas Espinoza Marca denominativa: TrauMed Clase 10: aparatos e instrumentos veterinarios Clase 44: Cirugía veterinaria; Servicios veterinarios	Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: Biologische Heilmittel Heel GmbH Registro N° 896357 TRAUMEEL Registro N° 1240853  Clase 5
La similitud de los signos y la relación de las coberturas generaban riesgo de confusión respecto del origen empresarial	

Camilo Andrés Rojas Espinoza solicitó el registro de la marca denominativa TRAUMED, para distinguir productos de la clase 10 y servicios de la clase 44.

Biologische Heilmittel HEEL GmbH se opuso, invocando las causales de las letras f) y h) inciso primero del artículo 20 de la Ley N.º 19.039, fundándose en sus marcas TRAUMEEL, registradas en clase 5 para productos farmacéuticos y preparaciones para uso médico y veterinario. Alegó similitud gráfica y fonética entre los signos y relación entre sus coberturas.

INAPI, mediante sentencia de fecha 16-12-2020, consideró que las coberturas no eran idénticas, pero sí relacionadas, debido a que los productos y servicios se vinculaban con la medicina y el cuidado de la salud animal, compartiendo canales de distribución y consumidores.

Al comparar los signos, estimó que, pese a compartir algunas letras, sus respectivos complementos les otorgaban una fisonomía e identidad propia, siendo fácilmente reconocibles y distinguibles por el público consumidor. Por esta razón, rechazó la oposición y concedió el registro de la marca TRAUMED.

La oponente apeló dicha decisión.

El Tribunal de Propiedad Industrial, con fecha 22-02-2021, desestimó el recurso de apelación y confirmó la sentencia de INAPI. Consideró que entre TRAUMED y TRAUMEEL existían diferencias gráficas y fonéticas, especialmente porque la última sílaba de ambos signos era completamente diferente, lo que permitía configurar signos con fisonomía e identidad propia y no confundibles en el mercado.

Biologische Heilmittel HEEL GmbH interpuso recurso de casación en el fondo contra la sentencia del TDPI, denunciando infracción de los artículos 16 y 20 letras f) y h) de la Ley N.º 19.039.

Con fecha 26-05-2026, la Excma. Corte Suprema señaló que, para el análisis de las marcas, debían considerarse la apreciación global, la primera impresión y el elemento relevante o principal, junto con la relación entre las coberturas, atendiendo a factores como la naturaleza y finalidad de los productos y servicios, sus canales de comercialización y los consumidores.

Al aplicar estos criterios al caso, estimó que existía similitud gráfica evidente entre los signos TRAUMED y TRAUMEEL, la que se acrecentaba con la pronunciación en alemán de TRAUMEEL. Consideró que el cambio de algunas letras no otorgaba al signo solicitado una fisonomía propia.

Asimismo, consideró que las coberturas correspondían a productos y servicios relacionados con la misma área y dirigidos al mismo público consumidor, lo que generaba riesgo de confusión respecto del origen empresarial y dificultaba su coexistencia pacífica.

En consecuencia, la Excma. Corte estimó que concurrían las causales de irregistrabilidad de las letras f) y h) del artículo 20, y consideró innecesario pronunciarse sobre la alegada infracción al artículo 16. Por ello, acogió el recurso de casación en el fondo, anuló la sentencia del TDPI y dictó sentencia de reemplazo.

En la sentencia de reemplazo, la Corte Suprema concluyó que la similitud entre TRAUMED y TRAUMEEL, unida a la relación de las coberturas, generaba confusión respecto de la procedencia, cualidad o género de los productos, por lo que la marca solicitada no poseía distintividad suficiente para coexistir pacíficamente en el mercado.

Por lo anterior, acogió la oposición de Biologische Heilmittel HEEL GmbH y rechazó el registro de la marca TRAUMED, solicitada para las clases 10 y 44.

GCG

ROL TDPI N° 000117-2021
PFR-AAP-JCGL

ROL CORTE SUPREMA N°47.234-
2021

CNA

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

Marca solicitada	Fundamento oposición
Solicitud N° 1359138 Solicitante: Centro Logístico Noviciado Aeropuerto SpA Marca denominativa: CNA Clase 39: Acondicionamiento de productos; almacenaje de materiales peligrosos; almacenamiento de desechos radiactivos; almacenamiento y reparto de productos; alquiler de almacenes [depósitos]; 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 vagones de carga; arrendamiento de máquinas empacadoras; arriendo de container de almacenamiento; corretaje de transporte de carga y transporte; descarga de mercancías; distribución de paquetes; embalaje y depósito de mercancías; empaquetado de mercancías; envío de mercancías; estiba; facilitación de información sobre depósito de mercancía en almacenes; fletamento; información sobre transporte; manipulación de carga; reparto y almacenamiento de productos; servicios de almacenaje; servicios de asesoramiento y consultoría relacionados con el transporte; servicios de carga aérea; servicios de carga de mercancías; servicios de copaletización [logística de envío y almacenamiento] de productos; servicios de depósito; servicios de envasado de mercancías; servicios de flete y transporte de mercancías; servicios de logística que comprenden el transporte, almacenaje y distribución de productos; servicios de manipulación de cargas de importación y exportación; servicios de transporte aéreo; servicios postales, de carga y mensajería; suministro de información sobre almacenamiento; suministro de instalaciones de auto almacenamiento para terceros; transportación aérea; transporte; transporte de mercancías por vía aérea; transporte y almacenamiento de productos;	Artículos 19 y 20 letras f) y h) de la Ley de Propiedad Industrial. Oponente: CNA CHILE SPA Registros N° 1218344, 1218346 y 1218345 Clases 35, 1 y 5, respectivamente

transporte y almacenamiento de residuos y desechos; transportes aéreos y almacenamiento de mercancías. servicios de asesoría, información y consultoría relacionados con los servicios anteriormente mencionados.	
Las señas no presentaban relación de cobertura por lo que revocó el rechazo y concedió la solicitud para la totalidad de los servicios solicitados en clase 39	

Centro Logístico Noviciado Aeropuerto SpA solicitó el registro de la marca denominativa “CNA”, para servicios de la clase 39. CNA Chile SpA se opuso invocando las causales de las letras f) y h) inciso primero del artículo 20 de la Ley N.º 19.039, fundándose en sus marcas “CNA CHILE”, registradas en las clases 35, 1 y 5. Alegó semejanzas gráficas y fonéticas, además de la relación entre sus coberturas.

Por sentencia de fecha 22-03-2021, INAPI consideró que las coberturas no eran idénticas, pero estimó que existía una relación de complementariedad entre determinados servicios de la clase 39 y los productos de las clases 1 y 5, ya que estos últimos podían constituir bienes objeto de almacenamiento, transporte, distribución y otros servicios logísticos.

Respecto de los signos, estimó que éstos compartían la sigla “CNA”, elemento principal de las marcas, y que la supresión de “CHILE” y los elementos figurativos no eran suficientes para diferenciarlos. Concluyó que podía existir riesgo de confusión respecto del origen empresarial.

En definitiva, acogió parcialmente la oposición y rechazó el registro del signo “CNA” para los servicios de clase 39 referidos a productos de las clases 1 y 5, concediéndolo para el resto de la cobertura solicitada.

Apelan ambas partes del fallo de INAPI. El solicitante pide que se revoque la parte de la resolución de INAPI que rechazó determinados servicios y se conceda íntegramente la seña “CNA” en clase 39; y, el oponente requiere que se revoque la resolución de INAPI y se rechace totalmente la solicitud de registro del signo “CNA”.

El TDPI, con fecha 01-06-2021, confirmó la sentencia en alzada, considerando que, aunque los signos presentaban elementos semejantes, las coberturas correspondientes a los servicios de las clases 35 y 39 eran diferentes

y no relacionadas, por lo que el rechazo debía limitarse a los servicios de clase 39 vinculados con productos de las clases 1 y 5.

La solicitante, Centro Logístico Noviciado Aeropuerto SpA interpuso recurso de casación en el fondo, alegando infracción de los artículos 16, 19 y 20 letras f) y h) de la Ley N.º 19.039 y del principio de especialidad marcaria.

La Excma. Corte Suprema, por sentencia de fecha 25-06-2026, consideró que la similitud entre “CNA” y “CNA CHILE” era evidente, por compartir el elemento central “CNA”, pero señaló que el punto principal consistía en determinar si existía una relación entre las coberturas.

Estimó que existía una diferencia esencial entre los registros, pues la marca solicitada protegía servicios de clase 39, mientras que las marcas invocadas por la oponente protegían productos de las clases 1 y 5. Consideró que el hecho de que dichos productos pudieran eventualmente ser almacenados, transportados o distribuidos mediante los servicios solicitados no bastaba para establecer una conexión entre sus campos operativos.

En consecuencia, concluyó que el TDPI había incurrido en error de derecho al establecer una relación de cobertura entre los servicios de clase 39 y los productos de las clases 1 y 5. Por lo cual, acogió el recurso de casación en el fondo, anuló la sentencia del TDPI y dictó sentencia de reemplazo.

En ésta, la Excma. Corte Suprema determinó que la marca “CNA”, apreciada en su conjunto, reunía los elementos necesarios para cumplir su función distintiva en los servicios de clase 39. Señaló que la inexistencia de relación de cobertura impedía aplicar las causales de las letras h) y f) del artículo 20 de la Ley N.º 19.039, revocando la sentencia de INAPI en la parte que había rechazado determinados servicios y concedió el registro de “CNA” para la totalidad de los servicios solicitados en clase 39, con protección al conjunto.

GCG

ROL TDPI N° 000424-2021
JCGL-PFR-MAQ

ROL CORTE SUPREMA N°52905-
2021

BCN CONSULTORES COMPROMETIDOS CON LA EXCELENCIA

Abandono de Procedimiento: artículos 3, 152, 153, 154 y 156 del Código de Procedimiento Civil 16, 17 bis B) de la Ley de Propiedad Industrial

Marca solicitada
Solicitud N° 1300625 Solicitante: Cristian Andrés Duch Steel Marca denominativa: E-LOG Clase 39: Acondicionamiento de productos; Alquiler de espacio en almacén; Arriendo de container de almacenamiento; Camionaje; Reparto de mercancías; Reparto de mercancías encargadas por correspondencia; Reparto de paquetes; Servicios de flete de mercancías; Servicios de flete y transporte de mercancías; Servicios postales, de carga y mensajería; Transporte; Transporte en camiones.
No procede declarar el abandono cuando por mandato de la Ley N.º 19.039, la carga de impulsar el procedimiento se encontraba radicada en INAPI.

BCN Consultores Compañía Limitada interpuso el 23-03-2021 una demanda de nulidad de registro marcario contra Escuela de Negocios BCN School SpA, respecto de la marca “BCN CONSULTORES”, registrada para las clases 41, 42 y 35. La demanda fue contestada el 27-10-2021 y, mediante resolución de 18-11-2021, INAPI tuvo por contestada la demanda.

Posteriormente, el 16-06-2022, la demandada promovió un incidente de abandono del procedimiento, sosteniendo que habían transcurrido más de seis meses sin que las partes realizaran una gestión útil.

Con fecha 17-10-2022, INAPI acogió el abandono del procedimiento, considerando que desde noviembre de 2021 no se había realizado ninguna gestión útil y que habían transcurrido más de seis meses de inactividad de las partes.

El fundamento central fue que, aunque correspondía a INAPI recibir la causa a prueba o citar a oír sentencia, la demandante debía requerir al tribunal que realizara dichas actuaciones, por ser la parte directamente interesada en la continuación del juicio.

INAPI agregó que el abandono también cumplía una función de certeza jurídica, pues evitaba que procedimientos de nulidad permanecieran indefinidamente paralizados mientras los registros cuestionados continuaban vigentes.

El TDPI, por sentencia de fecha 16-02-2022, confirmó la resolución de INAPI y mantuvo el abandono.

El razonamiento siguió, esencialmente, la tesis de que habían transcurrido más de seis meses desde la última actuación útil.

El recurrente, BCN Consultores, interpuso recurso de casación en el fondo contra la sentencia del TDPI.

Su argumento principal fue que los tribunales habían aplicado incorrectamente las reglas sobre abandono, porque después de contestada la demanda la carga de impulsar el procedimiento no correspondía a la demandante. Además, alegó que el procedimiento se desarrollaba durante el contexto excepcional derivado de la pandemia y que el Oficio Circular N.º 455 de INAPI, dictado en octubre de 2021, había entregado al propio Instituto la responsabilidad de dar curso a determinados procedimientos que habían quedado pendientes de recibir a prueba.

La Excma. Corte Suprema, el 01-09-2026, acogió el recurso de casación en el fondo. Explica que el abandono del procedimiento supone una inactividad imputable a las partes. Por tanto, solamente puede declararse cuando la parte interesada en obtener la decisión judicial ha dejado de realizar una actuación que jurídicamente le correspondía. En este caso, esa situación no se produjo.

Concluye que, una vez contestada la demanda, el procedimiento se encontraba en una etapa en que correspondía al tribunal avanzar de la etapa de discusión a la etapa probatoria. Esto debido a que, el artículo 18 bis L de la Ley N.º 19.039 establece que, una vez vencido el traslado de la demanda y existiendo hechos sustanciales, pertinentes y controvertidos, el Director Nacional debe abrir un término probatorio de 30 días, prorrogable por otros 30. Por tanto, la carga de impulsar el procedimiento había pasado al tribunal.

La Excma. Corte también analiza el argumento relacionado con la Ley N.º 21.226. Señala que el criterio utilizado por el TDPI habría podido tener fundamento en el artículo 6 de dicha ley, pero que esa disposición fue derogada por la Ley N.º 21.379, de 30 de septiembre de 2021. Así, cuando INAPI tuvo por contestada la demanda mediante resolución de 18 de noviembre de 2021, el impulso procesal ya se encontraba entregado al tribunal.

Igualmente, el Excmo. Tribunal considera que el Oficio Circular N.º 455 de INAPI, dictado en octubre de 2021, reafirmaba que correspondía al Instituto dar curso progresivo a los procedimientos que se encontraban en esa situación.

De esta forma, la Excma. Corte Suprema concluye que el TDPI incurrió en un error de derecho, porque aplicó las normas sobre abandono considerando que existía una obligación de actuación de las partes, cuando en realidad el impulso procesal correspondía al tribunal. Por lo tanto, señala expresamente que este error tuvo influencia sustancial en lo dispositivo del fallo, porque llevó a acoger un abandono que debía ser rechazado.

Como consecuencia de la casación, la Excma. Corte Suprema dictó sentencia de reemplazo, dando por reproducidos los argumentos señalados previamente y resuelve revocar la sentencia interlocutoria de 17-10-2022; rechazar el incidente de abandono del procedimiento promovido por la demandada; y, ordenar a INAPI disponer lo necesario para dar curso progresivo a los autos.

GCG

ROL TDPI N° 001630-2022
JCGL-MAQ-AAP

ROL CORTE SUPREMA N° 38.943-
2023