

## Marcas descriptivas

La marca “THE YOGA CENTER” para educación; capacitación; entretenimiento; actividades deportivas y culturales, incluyendo clases de yoga, fue denegada por ser descriptiva de los servicios que ofrece, toda vez que de la traducción literal del idioma inglés al castellano tiene un significado que naturalmente les corresponde y contribuyen a una clara y directa descripción de las características de los servicios que se pretendían distinguir.

## Tipos de productos o servicios



Se denegó la marca “WODKA” para bebidas alcohólicas, al ser descriptiva del producto que pretendía amparar, en virtud de que la marca constituye un vocablo de origen polaco que traducida al idioma español es la denominación VODKA que describe evidentemente el producto que se pretendía proteger, ya que se trata precisamente de la bebida alcohólica VODKA típica en Rusia y Polonia y conocida mundialmente.

## Calidad de los productos o servicios



Se denegó la marca “GARANTIA DE CALIDAD TOTAL”, para productos de papelería, por ser indicativa de una de las cualidades de los productos, en particular denotar la calidad.

## Cantidad de los productos o servicios



Se denegó el registro para la marca “1Kg” para confitería y dulces al considerar que dicha marca indica la cantidad del producto que se desea proteger, pues se hace uso de una indicación que en el comercio es usada para indicar la cantidad de producto, consideración de marca descriptiva dentro de la Ley.

## Valor de los productos o servicios

La marca “**100 PESOS**” que pretendía amparar bebidas alcohólicas fue denegada porque la denominación en sí misma es indicativa de un valor ya que el PESO es la moneda mexicana y al anteponerle la cantidad 100 automáticamente indica el precio del producto, y en consecuencia podría inducir a los consumidores al error o engaño al hacerlos pensar que ese es el costo del producto.

## Época de producción de los productos o de prestación de servicios.



La marca “COSECHA 54”, para bebidas alcohólicas, fue denegada por ser indicativa de la época del producto, es decir, la marca sugiere que la bebida alcohólica es producto de la cosecha del año 54, por tanto sería un privilegio injustificado otorgar la exclusividad de este signo.

## Moral y orden público



Se denegó el registro de la marca que se reproduce a continuación por considerarse que la imagen al ser percibida al golpe de vista, atenta contra moral.

## Artículo 6ter del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial.



Se negó el registro de la marca “ASTRA”, para proteger aparatos de calefacción, por incurrir en una prohibición absoluta al imitar un símbolo de la Unión Europea.

## Emblemas y símbolos especialmente protegidos

Se denegó el registro de éstas marcas al considerarse que en su conjunto esta imitando al escudo de nacional mexicano, que si bien no lo reproduce exactamente, si lo hace a manera de imitación y ello encuadra en el supuesto que establece la legislación mexicana al estipular que no serán objeto de registro las marcas que reproduzcan o imiten, sin autorización, escudos, banderas o emblemas de cualquier país.



Marca denegada



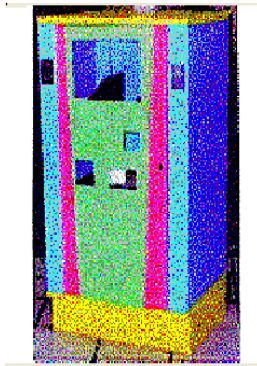
Escudo Nacional Mexicano

## Indicaciones de Procedencia

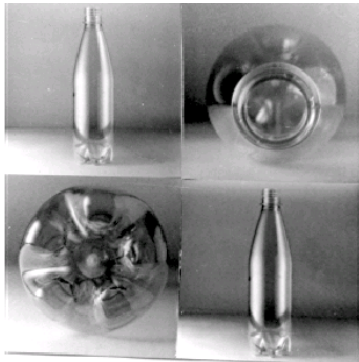


Se denegó el registro para la marca "CHAMPAGNE MANGO PRODUCT OF MEXICO CIRULI BROTHERS WWW.CHAMPAGNEMANGO.COM 4312" para proteger productos agrícolas, el razonamiento principal para negar el registro se basó en el vocablo "champagne" en virtud de que induce a error respecto del origen de los productos.

## Formas (signos que consisten únicamente en formas).



Se negó el registro de la marca por estar constituida únicamente por el diseño de un mueble para cajero electrónico; ya que éste es común y por ende descriptivo para hacer referencia a esta clase de productos, por lo que no obstante que se presente en diferentes colores, dicho elemento no aporta ninguna distintividad al diseño.



Se negó el registro para esta marca, al ser la forma de uso común de algunos de los productos que deseaba proteger (agua natural, aguas minerales y carbonatadas).

## Mala fe.



La marca "SEVILLA 92" para ropa, se denegó al considerar la mala fe del interesado al solicitar el registro en el año de 1992

cuando se identificaba la Exposición Universal Sevilla92 pretendiendo obtener ventaja de ese evento.

## Derechos sobre marcas anteriores

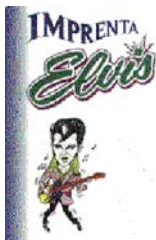
La marca innominada que se detalla se denegó por existir una marca anterior denominada "IBARRA", si bien el signo que se propuso a registro no pretendía proteger la denominación IBARRA, la combinación y distribución de colores fueron determinantes para considerar la existencia de semejanza en grado de confusión.



## Derechos de autor



La marca "THE ADDAMS FAMILY" para proteger servicios de restaurante, bar, cantina, fuente de sodas y cafetería, fue denegada por ser una obra artística de género comedia protegida por las Leyes de su país, protección que México de conformidad con las Leyes y Tratados suscritos también reconoce.



La marca "IMPRESA ELVIS", para servicios de imprenta fue denegada porque el signo se encuentra constituido por la imagen o caracterización de un personaje humano famoso que no puede ser registrado sin que medie el consentimiento de su creador o titular del derecho correspondiente

## **Derecho de personalidad.**



Se denegó el registro de la marca “REYNA SOFIA”, para pan pasteles y galletas toda vez que el marco legal mexicano establece que no serán registrados como marca los nombres, seudónimos, firmas y retratos de personas, sin consentimiento de los interesados.