# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1656711 | Cristian Alejandro Gutiérrez Cañete, en representación de Sprintec Spa | Mixta | SprinTEC | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo en el que no se da cumplimiento a la observación previamente notificada, y visto lo dispuesto en el art. 22 de la Ley N° 19.039 se resuelve: Cumpla debidamente con la observación notificada con fecha 02.02.2026.Al escrito presentado con fecha 25-04-2026: Previo a proveer cumpla con lo solicitado en la observación de fecha 02-02-2026. |
| 1657001 | Mühlenbrock & Kühner SpA, en representación de Marlene Beatriz Flores Patiño | Mixta | ILHABELLA | Revisados los antecedentes, se ha verificado que el número de custodia indicado a fojas 1 no corresponde al solicitante de autos. Atendido este hecho y lo dispuesto por el art. 15 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; art. 7 letra c) del Reglamento de la citada Ley, se resuelve: acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es firmado con firma simple o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado o en su defecto indique el número de custodia de poder que verdaderamente corresponde al solicitante. |
| 1657300 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | Cachemiras SS 1975 | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1657301 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | Cachemiras SS 1975 | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |
| 1657302 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | Cachemiras SS 1975 | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1657303 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | Cachemiras SS 1975 | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |
| 1657304 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | Cachemiras SS 1975 | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1657305 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | SS | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |
| 1657306 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | SS | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1657307 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | SS | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |
| 1657308 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | SS | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1657309 | Elizabeth Gutiérrez Paredes, en representación de José Aguiló Schiaffino, Rodrigo Dario Aguiló Schiaffino, María Pía Aguiló Schiaffino y María Paula Aguiló Schiaffino | Mixta | SS | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 17/04/2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Se reietera la observación para que:<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que los solicitantes otorgan facultades de representación a quien se presenta en calidad de representante, pudiendo ser un tercero o uno de los mismos solicitantes.<br>2.- Atendido que no se acompañó el rut de dos de los solicitantes, se observa para que acompañe rut. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1660702 | Pedro Francisco Gibbons Martinic, en representación de Centro De Vientos Spa | Mixta | URBANISMODULAR | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Para cumplir correctamente se debe acompañar un poder donde se establezca claramente al titular, su representante y facultades otorgadas, para esto basta con que acompañe uno de los siguientes documentos:<br>Copia íntegra del estatuto de constitución si allí se designa Administrador o Gerente General.<br>Acta de Junta de accionistas, siempre que allí conste el nombramiento del representante legal y las facultades otorgadas.<br>Certificado de vigencia de poderes del registro de Empresas y Sociedades.<br>Poder, para estos efectos puede utilizar el formato disponible en el sitio web de esta Oficina, en el siguiente enlace: https://tramites.inapi.cl/Content/SiteDocuments/TrademarkFormsForPrinting/EPI_003_Ejemplo_de_poder.doc.<br>Si en los estatutos se acordó que la administración de la sociedad sea conjunta, acompañe poder otorgado por todos los representantes de modo que quede un solo uno quede designado ante INAPI y pueda actuar de forma separada.<br>De oficio se corrige descripción d emarca conforme a contenido gráfico de la misma. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1660704 | Constanza Beatriz Guíñez Sánchez, en representación de Constanza Beatriz Guíñez Sánchez y Javiera Natalia Vera Guajardo | Mixta | Centro de estimulación infanto-juvenil Pam Pam | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado.<br>Atendido lo dispuesto en el art. 6 letra c) del Reglamento de la Ley N° 19.039 en concordancia con lo dispuesto en la Resolución Exenta N° 391 de 2017 de INAPI, y habiéndose advertido ciertas imprecisiones o ítems de redacción confusa en la descripción de los productos y/o servicios solicitados, se observa lo que a continuación se indica: .<br>1.- Acompañe documento en el cual conste que las 2 solicitantes, otorgan poder a un tercero a o bien puede ser a una de las mismas solicitantes para que actúe en representación de estas ante Inapi.<br>2.- En clase 44, se observa:<br>Especifique "psicopedagogía" no es clara su pertenencia a la clase solicitada siendo inductiva a error con clase 41, toda vez que dichos servicios abana los servicios de educación, formación, intrucción, orientación pedagógica, todor servicios relacionados educación cuya clasificación pertenece a la clase 41..<br>Elimine por no pertenecer a la clase pudiendo reclasificar a clase 41 "educación diferencial", debiendo acompañar comprobante de pago por clase adicional.<br>3.- De oficio y conforme al titulo de la marca solicitada y contenido gráfico de etiqueta se corrige descripción gráfica de logotipo acompañado |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1660711 | Andrés Felipe Bravari Gambino, en representación de Isabel Margarita Santibáñez Gómez | Mixta | EDITORIAL DESPLIEGUE CHILE | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado.<br>1.- Acompañe poder en el cual conste que la solicitante Isabel Margarita Santibáñez Gómez, otorga poder a quien se presenta en calidad de representante.<br>2.- Tenga presente que ha designado en calidad de representante y solicitante además a Isabel Margarita Santibáñez Gómez.<br>3.- Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elemento(s) denominativo(s) “EDITORIAL DESPLIEGUE CHILE”.Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, “Despliegue” no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br><br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca” del formulario de solicitud de registro, “Despliegue” por “EDITORIAL DESPLIEGUE CHILE”, a fin de exista coincidencia entre el(los) elemento(s) denominativo(s) considerado en forma aislada y el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.Se deja constancia que esta modificación en nada altera la marca solicitada que está representada por la imagen en que se contienen todos sus elementos tanto gráficos como denominativos. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | 4.- De oficio se corrige descripción de marca mixta conforme su contenido gráfico. |
| 1660757 | Stephanie Emmavic Flores Briceño, en representación de Stephanie Emmavic Flores Briceño, Josefa Valentina Pedraza Arancibia, Carla Paulina Navia Pérez y Jorge Andrés Toro Vera | Denominativa | Centro Medico Raíces | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado.Acompañe documento en el cual conste que los solicitantes otorga poder para actuar a quien se presenta en calidad de representante. |
| 1660761 | María Javiera Badilla Véliz, en representación de Centro Grafológico y Terapias de Excelencia Carmen Fabiola Escobar Chavarriga EIRL y Editorial Fabiola Escobar SpA | Mixta | RENOVA FABIOLA ESCOBAR | Atendido a lo dispuesto en el artículo 20 letra c) de la Ley N° 19.039, y el hecho de que la marca pedida incluye lo que pareciera ser el nombre de una persona natural, cúmplase con lo dispuesto en el artículo 7 letra b) del Reglamento de la citada Ley, acompañando documento(s) autorizados ante Ministro de Fe en que conste fehacientemente el consentimiento de la persona cuyo nombre se pretende registrar, o de sus herederos si hubiere fallecido, en cuyo caso deberá acreditar esta calidad; o en caso de solicitarse el registro de un nombre que no corresponda a persona natural alguna, acompáñese una declaración jurada en tal sentido. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1660766 | Alejandro Felipe Bas Molina, en representación de Inversiones Y Asesorias Inbas Limitada | Mixta | AG carteras Andrea García | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Atendido a lo dispuesto en el artículo 20 letra c) de la Ley N° 19.039, y el hecho de que la marca pedida incluye lo que pareciera ser el nombre de una persona natural, cúmplase con lo dispuesto en el artículo 7 letra b) del Reglamento de la citada Ley, acompañando documento(s) autorizados ante Ministro de Fe en que conste fehacientemente el consentimiento de la persona cuyo nombre se pretende registrar, o de sus herederos si hubiere fallecido, en cuyo caso deberá acreditar esta calidad; o en caso de solicitarse el registro de un nombre que no corresponda a persona natural alguna, acompáñese una declaración jurada en tal sentido.Acompañe domicilio completo de la solicitante, esto es, debe indicar numeración de calle o pasaje, o bien paradero, sector o Km. |
| 1660773 | María Javiera Badilla Véliz, en representación de Centro Grafológico y Terapias de Excelencia Carmen Fabiola Escobar Chavarriga EIRL y Editorial Fabiola Escobar SpA | Mixta | RENOVA FABIOLA ESCOBAR | Atendido a lo dispuesto en el artículo 20 letra c) de la Ley N° 19.039, y el hecho de que la marca pedida incluye lo que pareciera ser el nombre de una persona natural, cúmplase con lo dispuesto en el artículo 7 letra b) del Reglamento de la citada Ley, acompañando documento(s) autorizados ante Ministro de Fe en que conste fehacientemente el consentimiento de la persona cuyo nombre se pretende registrar, o de sus herederos si hubiere fallecido, en cuyo caso deberá acreditar esta calidad; o en caso de solicitarse el registro de un nombre que no corresponda a persona natural alguna, acompáñese una declaración jurada en tal sentido. |
| 1660775 | Mühlenbrock & Kühner SpA, en representación de MBM Comercial SpA | Mixta | MBM HOME & PERSONAL CARE | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1660969 | Jacqueline Emilia Otto Billault, en representación de Servicios Y Manofacturas Acuaplus S.a. | Mixta | ACUAPLUS | Atendido lo dispuesto en el art. 6 letra c) del Reglamento de la Ley N° 19.039 en concordancia con lo dispuesto en la Resolución Exenta N° 391 de 2017 de INAPI, y habiéndose advertido ciertas imprecisiones o ítems de redacción confusa en la descripción de los productos y/o servicios solicitados, se observa lo que a continuación se indica:<br>.Especifique conforme el clasificador "gestión de rellenos sanitarios y vertederos" no es posible establecer que servicios de la clase solicita. Revise el clasificador a fin de que le oriente respecto de los servicios y su clasificación para "gestión". |
| 1661169 | Wladimir Andrés Saavedra Fernández, en representación de Daniel Francisco Costagliola Erlwein | Mixta | Criminale | Atendido lo dispuesto en el art. 6 letra c) del Reglamento de la Ley N° 19.039 en concordancia con lo dispuesto en la Resolución Exenta N° 391 de 2017 de INAPI, y habiéndose advertido ciertas imprecisiones o ítems de redacción confusa en la descripción de los productos y/o servicios solicitados, se observa lo que a continuación se indica: .<br>En clase 25, se observa:<br>Especifique guantes, por cuanto tiene clasificación en diversas clases.<br>Especifique viseras, por cuanto tiene clasificación en diversas clases.<br>Reclasifique a clase 42 "diseño de material publicitario" o bien elimine por cuanto el servicio de diseño, no corresponde a la clase solicitada.<br>En caso de reclasificar debe acompañar comprobante de pago por clase adicional. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661180 | Katherine Martinez Branisa | Denominativa | THE GOLDEN ICEBERG | Atendido lo dispuesto en el art. 6 letra c) del Reglamento de la Ley N° 19.039 en concordancia con lo dispuesto en la Resolución Exenta N° 391 de 2017 de INAPI, y habiéndose advertido ciertas imprecisiones o ítems de redacción confusa en la descripción de los productos y/o servicios solicitados, se observa lo que a continuación se indica: .<br>En clase 35, se observa:<br>Atendidio que "administración y arrendamiento de espacios de trabajo compartido o coworking para la realización de terapias y clases de bienestar", atendido que el servicio solicitado no corresponde a la clase 35, Ud puede reclasificar el servicio solicitado en una de las siguientes clases:<br>Clase 36, "alquiler de espacio para oficinas." debiendo acompañar comprobante de pago por clase adicional.<br>43 "alquiler de instalaciones y salas de reuniones para la realización de terapias y clases de bienestar".<br>Corrija conforme el clasificador "supervisión de estándares de calidad y gestión comercial de marca para prestadores externos" por "supervisión en gestión de negocios de estándares de calidad y gestión comercial de marca para prestadores externos".<br>Corrija "administración de programas de incentivos y mejora continua para colaboradores" por "administración comercial de programas de incentivo y de mejoras de incentivos para colaboradores".<br>Corrija "gestión de programas de beneficios y descuentos en servicios internos" por "gestión comercial de programas de beneficios y descuentos en servicios internos".<br>Especifique conforme el clasificador "e-commerce" o bien elimine para "servicios de venta al detalle y en línea o e-commerce de productos físicos y digitales, incluyendo guías descargables, material de papelería, accesorios y artículos de bienestar".<br>Corrija "gestión de comunidades y programas de fidelización para eventos exclusivos" por "gestión comercial de comunidades y programas de fidelización para eventos exclusivos".<br>En clase 41, se observa:<br>Aclare por cuanto "programas", especifique no es un objeto del servicios pedido o bien elimine, Especifique "workshops" debiendo indicar su |

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | terminología en español, para "prestación e impartición de programas, talleres, cursos, workshops, conferencias y servicios de coaching".<br>Especifique no es posible establecer que servicio de la clase solicita para "provisión de herramientas de diagnóstico y evaluación personal bajo metodología propia".<br>Elimine por no correponde a un servicio de la clase solicitada "difusión de programas de audio y video o podcasts" es un servicio de la clase 38, si desea puede reclasificar a clase 38, diendo acompañr comprobante de pago por clase adicional.<br>Corrija creación de contenido audiovisual para redes sociales y plataformas de internet" por "producción de contenido audiovisual para redes sociales y plataformas de internet".<br>Acompañe coberturas. |
| 1661183 | Christian Gustavo Ernst Suárez, en representación de LIGHTSPARK GROUP, INC. | Denominativa | UNIVERSAL MONEY ADDRESS (UMA) | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661184 | Ecoagro Spa, en representación de Ecoagro Spa y Francisca Andrea Poblete Ramos | Mixta | ECOAGRO | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Para cumplir correctamente se debe acompañar un poder donde se establezca claramente al titular, su representante y facultades otorgadas, para esto basta con que acompañe uno de los siguientes documentos:<br>Copia íntegra del estatuto de constitución si allí se designa Administrador o Gerente General.<br>Acta de Junta de accionistas, siempre que allí conste el nombramiento del representante legal y las facultades otorgadas.<br>Certificado de vigencia de poderes del registro de Empresas y Sociedades.<br>Poder, para estos efectos puede utilizar el formato disponible en el sitio web de esta Oficina, en el siguiente enlace: https://tramites.inapi.cl/Content/SiteDocuments/TrademarkFormsForPrinting/EPI_003_Ejemplo_de_poder.doc.<br>Si en los estatutos se acordó que la administración de la sociedad sea conjunta, acompañe poder otorgado por todos los representantes de modo que quede un solo uno quede designado ante INAPI y pueda actuar de forma separada.<br>Tenga presente que ha designado en calidad de representante y solicitante a las ismas personas, esto es, Ecoagro Spa y Francisca Andrea Poblete Ramos. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661301 | Ramón Antonio Vergara Benavides | Denominativa | Peumo Open | La presente solicitud infringe lo establecido en el art. 3 de la Ley 19.799, y no cumple con la exigencia del Artículo 6° letra (e) del Reglamento de la Ley 19039: Por cuanto la firma electrónica que consta en el formulario es la de quien se autenticó con su Clave Única, y no corresponde a la de quien aparece como solicitante (o representante) en el formulario presentado.<br>Para cumplir esta observación correctamente podrá (elegir una opción):<br>Si desea continuar la tramitación sin representante: El solicitante deberá presentar un escrito a través de la plataforma de presentación electrónica de escritos del INAPI, pero deberá hacer con su propia clave única, indicando que ratifica lo obrado Jaime Gustavo Arancibia Mattar.<br>Si desea continuar la tramitación con representante: El representante deberá realizar una presentación en el portal de INAPI autenticandose su clave única y junto con acompañar un poder, debe hacer presente que cuando subió la solicitud lo hizo actuando en representación de quien le dio poder y en el mismo escrito deberá indicar sus datos de individualización, esto es, nombre completo, cédula de identidad, dirección, teléfono y correo electrónico). Si el representante designado es diferente de la persona que originalmente ingresó la solicitud, también se deberá ratificar lo obrado. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661324 | Felipe Edison Medina Muñoz, en representación de Rivehn Spa | Denominativa | Rivehn | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Para cumplir correctamente se debe acompañar un poder donde se establezca claramente al titular, su representante y facultades otorgadas, para esto basta con que acompañe uno de los siguientes documentos:<br>Copia íntegra del estatuto de constitución si allí se designa Administrador o Gerente General.<br>Acta de Junta de accionistas, siempre que allí conste el nombramiento del representante legal y las facultades otorgadas.<br>Certificado de vigencia de poderes del registro de Empresas y Sociedades.<br>Poder, para estos efectos puede utilizar el formato disponible en el sitio web de esta Oficina, en el siguiente enlace: https://tramites.inapi.cl/Content/SiteDocuments/TrademarkFormsForPrinting/EPI_003_Ejemplo_de_poder.doc.<br>Si en los estatutos se acordó que la administración de la sociedad sea conjunta, acompañe poder otorgado por todos los representantes de modo que quede un solo uno quede designado ante INAPI y pueda actuar de forma separada. |
| 1661327 | Pedro Joannon López, en representación de Asesoría Jurídica Joannon Limitada | Denominativa | Joannon Abogados | Atendido lo dispuesto en el art. 6 letra c) del Reglamento de la Ley N° 19.039 en concordancia con lo dispuesto en la Resolución Exenta N° 391 de 2017 de INAPI, y habiéndose advertido ciertas imprecisiones o ítems de redacción confusa en la descripción de los productos y/o servicios solicitados, se observa lo que a continuación se indica:<br>.Especifique conforme el clasificador, en clase 45: representación judicial y extrajudicial, revise el clasificador a fin de que le oriente respecto de los servicios de la presente clase y su redacción. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661330 | Álvaro Alfredo Beneventti Muñoz, en representación de Forest Capital Spa | Mixta | FORCAP FOREST CAPITAL Spa | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Para cumplir correctamente se debe acompañar un poder donde se establezca claramente al titular, su representante y facultades otorgadas, para esto basta con que acompañe uno de los siguientes documentos:<br>Copia íntegra del estatuto de constitución si allí se designa Administrador o Gerente General.<br>Acta de Junta de accionistas, siempre que allí conste el nombramiento del representante legal y las facultades otorgadas.<br>Certificado de vigencia de poderes del registro de Empresas y Sociedades.<br>Poder, para estos efectos puede utilizar el formato disponible en el sitio web de esta Oficina, en el siguiente enlace: https://tramites.inapi.cl/Content/SiteDocuments/TrademarkFormsForPrinting/EPI_003_Ejemplo_de_poder.doc.<br>Si en los estatutos se acordó que la administración de la sociedad sea conjunta, acompañe poder otorgado por todos los representantes de modo que quede un solo uno quede designado ante INAPI y pueda actuar de forma separada.<br>Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elemento(s) denominativo(s) “FORCAP FOREST CAPITAL Spa”. Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores. Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, “FOREST CAPITAL” no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con el(los) |

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido. Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca” del formulario de solicitud de registro, “FOREST CAPITAL” por “FORCAP FOREST CAPITAL Spa”, a fin de exista coincidencia entre el(los) elemento(s) denominativo(s) considerado en forma aislada y el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido. Se deja constancia que esta modificación en nada altera la marca solicitada que está representada por la imagen en que se contienen todos sus elementos tanto gráficos como denominativos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661333 | Josefina Antonia Díaz Henríquez, en representación de Jdh Innovación Tecnológica Spa | Mixta | Blumining | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Para cumplir correctamente se debe acompañar un poder donde se establezca claramente al titular, su representante y facultades otorgadas, para esto basta con que acompañe uno de los siguientes documentos:<br>Copia íntegra del estatuto de constitución si allí se designa Administrador o Gerente General.<br>Acta de Junta de accionistas, siempre que allí conste el nombramiento del representante legal y las facultades otorgadas.<br>Certificado de vigencia de poderes del registro de Empresas y Sociedades.<br>Poder, para estos efectos puede utilizar el formato disponible en el sitio web de esta Oficina, en el siguiente enlace: https://tramites.inapi.cl/Content/SiteDocuments/TrademarkFormsForPrinting/EPI_003_Ejemplo_de_poder.doc.<br>Si en los estatutos se acordó que la administración de la sociedad sea conjunta, acompañe poder otorgado por todos los representantes de modo que quede un solo uno quede designado ante INAPI y pueda actuar de forma separada.<br>Acompañe domicilio complento del solicitante y la representante, debiendo indicar por ejemplo: numeración, de la calle, cada o departamento y/o pasaje. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661341 | Beuchat, Barros & Pfenniger , en representación de The Brand Architekts Limited | Denominativa | DIRTY WORKS | Atendido lo dispuesto en el art. 6 letra c) del Reglamento de la Ley N° 19.039 en concordancia con lo dispuesto en la Resolución Exenta N° 391 de 2017 de INAPI, y habiéndose advertido ciertas imprecisiones o ítems de redacción confusa en la descripción de los productos y/o servicios solicitados, se observa lo que a continuación se indica: .<br>En clase 3, se observa:<br>Especifique conforme el listado de productos del clasificador para la presente clase "artículos de tocador".<br>A escrito de 12/03/2026: A lo Principal y Otrosí: Téngase presente. |
| 1666308 | Claudio Alejandro Daud Cisternas | Mixta | B Busca Ya.cl | Habiéndose presentado escrito dentro de plazo sin dar cumplimiento a lo observado previamente en resolución de fecha 14 de abril de 2026, se resuelve: cumpla debida e íntegramente con lo ordenado en la resolución individualizada anteriormente. En la eventualidad de no efectuarse las modificaciones y/o aclaraciones solicitadas por este Instituto, se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>**Acompañe poder para actuar a nombre de la solicitante en forma, el poder acompañado en escrito de fecha 14/04/2026, sólo constituyen copia simple del mismos a menos que acompañe poder debidamente firmado por quien corresponda o señale número de custodia de poder en forma.** |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667402 | Comercial Peralta Y Peralta Limitada, en representación de Comercial Peralta Y Peralta Limitada | Mixta | FALCON ANDINO CUCHILLERÍA ALEMANA | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Revisados los antecedentes, se ha verificado que el número de custodia indicado a fojas 1 no corresponde al solicitante de autos. Atendido este hecho y lo dispuesto por el art. 15 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; art. 7 letra c) del Reglamento de la citada Ley, se resuelve: acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es firmado con firma simple o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado o en su defecto indique el número de custodia de poder que verdaderamente corresponde al solicitante.<br>Se deja constancia que se corrige de oficio la descripción de la etiqueta atendida a la representación gráfica que se presenta, quedando en los siguientes términos: **Nombre de la marca FALCON ANDINO CUCHILLERÍA ALEMANA en letras mayúsculas color amarillo, dentro de un óvalo negro con un contorno rojo, en el centro un cuchillo con mango amarillo, y en la hoja el diseño de un paisaje, montañas con pinos, de color plateado.**<br><br>**Sin perjuicio de lo señalado en el párrafo anterior, acompañe los estatutos donde consten las facultades de quien actúa como representante o poder con facultades para actuar ante entidades administrativas, atendido que el justificativo de poder acompañado es sólo un Certificado Registro de Comercio de Santiago y no un documento de poder.** |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667458 | Martín Alberto Mois Freiwirth, en representación de Asociación Gremial Instituciones De Tecnologías En Seguros Chile | Mixta | InsurteChile | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Revisados los antecedentes, se ha verificado que el número de custodia indicado a fojas 1 no corresponde al solicitante de autos. Atendido este hecho y lo dispuesto por el art. 15 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; art. 7 letra c) del Reglamento de la citada Ley, se resuelve: acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es firmado con firma simple o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado o en su defecto indique el número de custodia de poder que verdaderamente corresponde al solicitante.El número 189046 de custodia señalado a fojas N° 1, no corresponde ni al solicitante ni al representante, por lo que debe indicar el número de custodia correcto o en su defecto acompañar poder que corresponde. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667459 | Martín Alberto Mois Freiwirth, en representación de Asociación Gremial Instituciones De Tecnologías En Seguros Chile | Mixta | InsurteChile | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Revisados los antecedentes, se ha verificado que el número de custodia indicado a fojas 1 no corresponde al solicitante de autos. Atendido este hecho y lo dispuesto por el art. 15 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; art. 7 letra c) del Reglamento de la citada Ley, se resuelve: acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es firmado con firma simple o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado o en su defecto indique el número de custodia de poder que verdaderamente corresponde al solicitante.El número 189046 de custodia señalado a fojas N° 1, no corresponde ni al solicitante ni al representante, por lo que debe indicar el número de custodia correcto o en su defecto acompañar poder que corresponde. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667460 | Martín Alberto Mois Freiwirth, en representación de Asociación Gremial Instituciones De Tecnologías En Seguros Chile | Mixta | InsurteChile | Revisados los antecedentes, se ha verificado que el número de custodia indicado a fojas 1 no corresponde al solicitante de autos. Atendido este hecho y lo dispuesto por el art. 15 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; art. 7 letra c) del Reglamento de la citada Ley, se resuelve: acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es firmado con firma simple o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado o en su defecto indique el número de custodia de poder que verdaderamente corresponde al solicitante. Para cumplir correctamente se debe acompañar un poder donde se establezca claramente al titular, su representante y facultades otorgadas, para esto **basta con que acompañe uno** de los siguientes documentos:<br>1. Copia íntegra del estatuto de constitución si allí se designa Administrador o Gerente General.<br>2. Acta de Junta de accionistas, siempre que allí conste el nombramiento del representante legal y las facultades otorgadas.<br>3. Certificado de vigencia de poderes del registro de Empresas y Sociedades.<br>4. Poder, para estos efectos puede utilizar el formato disponible en el sitio web de esta Oficina, en el siguiente enlace: https://tramites.inapi.cl/Content/SiteDocuments/TrademarkFormsForPrinting/EPI_003_Ejemplo_de_poder.doc.<br>Si en los estatutos se acordó que la administración de la sociedad sea conjunta, acompañe poder otorgado por todos los representantes de modo que quede un solo uno quede designado ante INAPI y pueda actuar de forma separada. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667461 | Martín Alberto Mois Freiwirth, en representación de Asociación Gremial Instituciones De Tecnologías En Seguros Chile | Mixta | InsurteChile | Revisados los antecedentes, se ha verificado que el número de custodia indicado a fojas 1 no corresponde al solicitante de autos. Atendido este hecho y lo dispuesto por el art. 15 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; art. 7 letra c) del Reglamento de la citada Ley, se resuelve: acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es firmado con firma simple o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado o en su defecto indique el número de custodia de poder que verdaderamente corresponde al solicitante.<br>Para cumplir correctamente se debe acompañar un poder donde se establezca claramente al titular, su representante y facultades otorgadas, para esto **basta con que acompañe uno** de los siguientes documentos:<br>1. Copia íntegra del estatuto de constitución si allí se designa Administrador o Gerente General.<br>2. Acta de Junta de accionistas, siempre que allí conste el nombramiento del representante legal y las facultades otorgadas.<br>3. Certificado de vigencia de poderes del registro de Empresas y Sociedades.<br>4. Poder, para estos efectos puede utilizar el formato disponible en el sitio web de esta Oficina, en el siguiente enlace: https://tramites.inapi.cl/Content/SiteDocuments/TrademarkFormsForPrinting/EPI_003_Ejemplo_de_poder.doc.<br>Si en los estatutos se acordó que la administración de la sociedad sea conjunta, acompañe poder otorgado por todos los representantes de modo que quede un solo uno quede designado ante INAPI y pueda actuar de forma separada. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667493 | Mauricio Arturo Durán Lorca, en representación de Vitalix Salud Spa | Mixta | Vitalix Salud | En el caso de no cumplirse lo ordenado en los términos indicados precedentemente por este Instituto, la observación se tendrá por no cumplida y se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>La presente solicitud infringe lo establecido en el art. 3 de la Ley 19.799, por cuanto la firma electrónica no corresponde a la de quien aparece como representante ni tiene poder acreditado.<br>Para cumplir correctamente el representante deberá presentar un escrito a través de la plataforma de presentación electrónica de escritos del INAPI, pero deberá hacer con su propia clave única, indicando que ratifica lo obrado por Richard Gabriel González Morales, atendido a que no tiene poder acreditado para actuar. |
| 1667554 | Oscar Manuel Rodríguez Baeza, en representación de Importadora Y Exportadora La Vitalidad Limitada | Mixta | XILONG | En el caso de no cumplirse lo ordenado en los términos indicados precedentemente por este Instituto, la observación se tendrá por no cumplida y se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Acompañe la transliteración, esto es, la escritura en español de cómo se pronuncian dichos caracteres fonéticamente, en otras palabras, debe señalar con letras como suena la pronunciación de dichos caracteres en idioma original, pero escrito en español (el sonido) y junto con ello indique su traducción, a modo de ejemplo **??, se translitera como Ni hao y se traduce como hola.** ?????, se translitera como marhaban y se traduce como hola. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667597 | Natalia Carola Soto Madrid, en representación de Natalia Carola Soto Madrid y Maria Eugenia Lange | Mixta | Créete el Cuento | Atendido lo dispuesto por los artículos 15 y 22 de la Ley N° 19.039 y sus modificaciones; artículo 7 letras c) del Reglamento de la citada ley, se resuelve: Acompañe poder que deberá constar a lo menos en instrumento privado, esto es, otorgado por escrito y debidamente firmado o copia autorizada ante notario de dicho instrumento privado. Atendido que ha acompañado un poder que no corresponde a las personas solicitantes, Ud. deberá aclarar quien es la persona del solicitante y junto a ello deberá acompañar: nombre completo, rut domicilio, correo electrónico, teléfono. Además, tenga presente que las solicitantes son dos personas naturales. |
| 1667621 | Luis Alfredo Benítez Silva, en representación de Poppy Jeans Spa | Mixta | Poppy jeans | Atendido lo dispuesto en el artículo 25 de la Ley N° 19.039 y el estado administrativo de la solicitud de registro del signo pedido, respecto del cual no se ha otorgado aún registro y por ende no se encuentra aún inscrito en los términos que señala la norma ya citada, acompañe nuevos ejemplares de la representación gráfica del signo pedido, idénticas en diseño y colores a la acompañada inicialmente, que no contengan el símbolo ®.De oficio se corrige descripción de marca conforme a contenido gráfico de la misma. |
| 1667636 | Gabriel José Massuh Isaias | Mixta | RIKA | Atendido el hecho de que se han acompañado lo que parecieran ser dos o más representaciones o reproducciones diferentes para la marca pedida, y el hecho que únicamente es posible registrar una de ellas por cada solicitud de marca que se presente, conforme lo disponen los artículos 6 letra b) y 7 letras a) y d) del mismo reglamento, que exigen, especificar claramente la marca adjuntándola en los formatos aceptados por el Instituto y/o acompañar antecedentes en conformidad con los requerimientos y estándares dispuestos por el Instituto, se resuelve: señale cuál de los ejemplares acompañados corresponde a la representación o reproducción que verdaderamente desea registrar, desistiendo de la(s) otra(s).De la marca que acompañe Ud. deberá además acompañar descripción gráfica de la misma. |
| 1667649 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de Eduardo Andrés Soto Gajardo | Mixta | R REKH CUSTOM TRAINING | Se observa fin de que complemente domicilio del solicitante indicando numeración de calle, y casa o departamento. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M1:**

Observaciones de Forma

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667765 | Claudio Eduardo Álvarez Olivares | Mixta | NexuSdecor | En el caso de no cumplirse lo ordenado en los términos indicados precedentemente por este Instituto, la observación se tendrá por no cumplida y se procederá a hacer efectivo el apercibimiento legal que a continuación se indica.<br>Aclare el siguiente texto "Clase 42 "Servicios de investigación científica y tecnológica; servicios de diseño, experimentación y desarrollo de hardware, robótica y sistemas electrónicos; servicios de laboratorio de innovación para la creación de nuevas tecnologías; consultoría en transformación digital, inteligencia artificial (AIOps) y ciberseguridad; diseño y desarrollo de software y plataformas digitales." , Clase 9 "Software grabado y descargable; plataformas de inteligencia artificial; aparatos de robótica; sistemas de circuitos electrónicos; dispositivos tecnológicos para la seguridad y procesamiento de datos" puesto que fue incluido en la descripción de la etiqueta y no de los productos y servicios pedidos.<br>Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica acompañada, teniendo en cuenta los elementos contenidos y visibles en ella. |
| 1667772 | Giorgio Nicola Roma Chahud | Denominativa | By Antonella Roma | Atendido a lo dispuesto en el artículo 20 letra c) de la Ley N° 19.039, y el hecho de que la marca pedida incluye lo que pareciera ser el nombre de una persona natural, cúmplase con lo dispuesto en el artículo 7 letra b) del Reglamento de la citada Ley, acompañando documento(s) autorizados ante Ministro de Fe en que conste fehacientemente el consentimiento de la persona cuyo nombre se pretende registrar, o de sus herederos si hubiere fallecido, en cuyo caso deberá acreditar esta calidad; o en caso de solicitarse el registro de un nombre que no corresponda a persona natural alguna, acompáñese una declaración jurada en tal sentido. |

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1643947 | Christian Gustavo Ernst Suárez, en representación de AMAZON TECHNOLOGIES, INC. | Denominativa | KIRO | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1652012 | Catalina Yahiza Atal Yacksic, en representación de Construcciones Lima Spa | Denominativa | MR.FIN | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1652917 | Clemente Espinosa Saavedra, en representación de Clemente Espinosa Saavedra y Espinosa Y Velozo Abogados Limitada | Denominativa | Justo Legal | Téngase presente, se tiene por acompañado poder presentado con escrito de fecha 04/03/2026. |
| 1654569 | Moises Hernan Castro Toro, en representación de Aomi (Guangzhou) Trading Co., Ltd. | Denominativa | AUMOOK | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1655619 | Patricio Valentín Núñez Aguilar, en representación de LOUVAIN LIMITADA | Mixta | Louvain Contadores | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1656644 | Javiera Andrea Catalina Undurraga García, en representación de Fundacion Musica Para Tus Ojos | Denominativa | MÚSICA PARA TUS OJOS | Al escrito presentado con fecha 12-03-2026: Téngase por cumplido lo ordenado.<br>Téngase por acreditada la representación en virtud de la documentación acompañada. |
| 1656705 | Jacqueline Emilia Otto Billault, en representación de Cosemar Spa | Mixta | COSEMAR | Al escrito presentado con fecha 11-03-2026: Téngase por cumplido lo ordenado.<br>Actualícese la cobertura en la base de datos. |
| 1656729 | Reyna Cristina Callpa Cayo, en representación de Ceferino Gutierrez Coria | Mixta | AGRUPACION FUSION REAL | Al escrito presentado con fecha 31-03-2026: Téngase por cumplido lo ordenado.<br>Téngase por acreditada la representación en virtud del poder acompañado.<br>- Se corrige de oficio eliminando a uno de los solicitantes por encontrarse duplicado con los datos del representante. |
| 1656739 | Enrique Humberto Pérez Aguirre, en representación de Javier Alejandro Carmona Véliz | Mixta | Cielo | Al escrito presentado con fecha 14-04-2026: Téngase por cumplido lo ordenado.<br>Téngase por acreditada la representación en virtud del poder acompañado. |
| 1656779 | Pía Fernanda Godoy Acevedo, en representación de Felipe Gonzalo Barraza Ábalos | Mixta | BLOM COFFEE | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1657103 | Rodolfo Antonio Donoso Herrera, en representación de A & R Inversiones Limitada | Mixta | VYRA | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1657343 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de Quest Software Inc. | Denominativa | QUEST | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1657344 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de Quest Software Inc. | Mixta | Quest | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658232 | Valmore Miguel Didimo Salas Molina, en representación de 7H VJS SpA | Denominativa | 7H | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658237 | Pamela Beatriz Lara Bustos, en representación de REGALOS AGÚ, REGALOS, DESAYUNOS, DETALLES SPA | Mixta | Regalos Agú | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658240 | Jorge Pino Zúñiga, en representación de DEPORTES HUALPÉN LIMITADA 76.254.478-4 | Mixta | CUSTOM | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658258 | Emilio Andrés Farías Valencia, en representación de Nutriwellness Fit Spa | Denominativa | WELLNESS GYM BAR | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658269 | David Alexander López Moya, en representación de Astrum Agencia E Ingenieria Digital Spa | Mixta | ASTRUM .COMPANY | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658282 | Nayade Alejandra Moraga Pino, en representación de Nayade Alejandra Moraga Pino y Paola Andrea Ballesteros Rojas | Denominativa | MIVOR | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658284 | María Gabriela Velásquez Rojo, en representación de Centro De Belleza Gabriela Velasquez Spa | Mixta | Ela spa Somos Tu Espacio | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658290 | María Angélica Contreras Acuña, en representación de Eventos Maria Angelica Contreras Acuña E.i.r.l. | Denominativa | KILIMANJARO | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658295 | José Antonio Del Solar Alemparte, en representación de JADS Inversiones Spa | Mixta | TRACCIÓN CONSULTORÍAS | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658313 | Lisseth Andreina Ramirez Villarreal, en representación de Bitnapse Spa | Denominativa | Timilyx | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658325 | Ignacio Javier Castillo Núñez, en representación de Chile Setup Servicios Y Tecnología Spa | Denominativa | Chile Setup | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1658338 | Vicente Lehmann Coo, en representación de Adamanta Chile Spa | Mixta | Adamanta | Por cumplido lo ordenado téngase presente poder. |
| 1660696 | Eduardo Manuel Salas Fehlandt | Denominativa | Mar & Tierra | |
| 1660737 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO., LTD. | Mixta | WITHU | |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1660738 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de MM STRIKE HOLDING E PARTICIPAÇÕES LTDA. | Denominativa | MANSÃO MAROMBA | |
| 1660742 | Adolfo Felipe Miranda Flores | Denominativa | Portal Lo Miranda | |
| 1660747 | SARGENT & KRAHN, en representación de LLAPINGACHO, LLC | Mixta | KUSHKI ONE | |
| 1661161 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Agroconnexion S.p.A. | Denominativa | ERIOPIS | |
| 1661162 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Agroconnexion S.p.A. | Denominativa | ERIOPIS | |
| 1661166 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Agroconnexion S.p.A. | Denominativa | PARDALIS | |
| 1661171 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Agroconnexion S.p.A. | Mixta | KERPEN | De oficio se complementa descripción de marca conforme a contenido gráfico de la misma. |
| 1661172 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Agroconnexion S.p.A. | Mixta | KERPEN | De oficio se complementa descripción de marca conforme a contenido gráfico de la misma. |
| 1661174 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Agroconnexion S.p.A. | Denominativa | VOLTERRA | |
| 1661175 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Agroconnexion S.p.A. | Denominativa | VOLTERRA | |
| 1661196 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Yai Beauty Imports Spa | Mixta | Myphios Professional | Vista certificación realizada por la Sra. Conservadora de Marcas, se tiene por acreditada la representación en virtud del poder acompañado. |
| 1661288 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de Industrias Ceresita S.A. | Denominativa | INTERPAINTS | |
| 1661296 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de Margozzini & Guglielmetti Spa | Denominativa | MGMARKET | |
| 1661310 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de Margozzini & Guglielmetti Spa | Denominativa | MGMARKET | |

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1661314 | Rodrigo Andreas Schumm Ruckholdt | Mixta | Schumm Idiomas SI | Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elemento(s) denominativo(s) “Schumm Idiomas SI”.<br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, “Schumm Idiomas” no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca” del formulario de solicitud de registro, “Schumm Idiomas” por “Schumm Idiomas SI”, a fin de exista coincidencia entre el(los) elemento(s) denominativo(s) considerado en forma aislada y el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br>Se deja constancia que esta modificación en nada altera la marca solicitada que está representada por la imagen en que se contienen todos sus elementos tanto gráficos como denominativos. |
| 1661322 | Andrés Anselmo Aguayo Díaz, en representación de Hosteria El Copihue Limitada | Mixta | EL COPIHUE | |
| 1661334 | Alberto Aurelio Méndez Ampuero | Mixta | GRUPO VASTO | |
| 1661343 | Az Y Compañía , en representación de AZUL AZUL S.A. | Mixta | CNU | |
| 1661344 | Az Y Compañía , en representación de AZUL AZUL S.A. | Mixta | CUD | |
| 1661346 | Az Y Compañía, en representación de AZUL AZUL S.A. | Mixta | U | |
| 1663319 | Andy Alexis Díaz Méndez | Mixta | KIUT | |
| 1663332 | Andy Alexis Díaz Méndez, en representación de Comercial Looking Limitada | Mixta | S SONGYEA | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1664289 | Anton Kolechkin, en representación de Sarafan Spa | Mixta | TEDGUM | |
| 1665793 | César Edgardo Lannefranque Arias, en representación de Desalbi Pharma Spa | Denominativa | DESALBI | |
| 1666637 | Felipe Andrés Araya Jaramillo | Denominativa | IntegraMine | |
| 1667294 | José Orlando Labra Hidalgo | Mixta | HIDALGO HOUSE | Se deja constancia que se corrige de oficio la descripción de la etiqueta atendida a la representación gráfica que se presenta, quedando en los siguientes términos: **La marca consiste en la denominación HIDALGO HOUSE acompañada de elementos gráficos en la parte superior compuesta de 3 líneas verticales y una horizontal en el centro de estas líneas, bajo a esta el slogan COFFEE & CACAO COLLECTION, todo en letras claras con fondo oscuro.** |
| 1667370 | Tomás Alejandro Soto Leyton, en representación de Centro Deportivo Ipv Limitada | Denominativa | IPV Health and Conditioning Center | |
| 1667379 | Oscar Omar Constanzo Barraza | Denominativa | Cimiento | |
| 1667380 | Gonzalo Del Solar Celedón, en representación de Industrias El Vaquero Spa | Mixta | EL VAQUERO SFX | |
| 1667381 | Cecilia Ailicec Castro Madrid | Denominativa | HAI REVIVE | De oficio se señala que la denominación no tiene traducción. |
| 1667382 | Valeria Alejandra Benavides Pérez | Denominativa | Ravelle | De oficio se señala que la denominación no tiene traducción. |
| 1667383 | Pedro Francisco Sazo Lagunas, en representación de José Tomás Andrés Araya Mourguet | Denominativa | AYRE | De oficio se señala que la denominación no tiene traducción. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667384 | Eugenio Felipe Riquelme Muñoz | Mixta | SMART LUB DISTRIBUCIÓN | Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elementos denominativos “SMART LUB DISTRIBUCIÓN”.<br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br>Que el artículo 22 del Reglamento de la Ley 19039 dispone que "La representación de la marca definirá el objeto del registro."<br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, SMART-LUB, no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca”, aludiendo a los elementos denominativos del formulario de solicitud de registro, **SMART-LUB**, por **“SMART LUB DISTRIBUCIÓN”** a fin de exista coincidencia entre los elementos denominativos considerados en forma aislada y los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br>Se deja constancia que esta modificación en nada altera la marca mixta solicitada que está representada por la imagen en que se contienen todos sus elementos tanto gráficos como denominativos, y que ya se encuentra publicada en el Diario Oficial. Asimismo, por tratarse de un error no sustancial no amerita nueva publicación. |
| 1667395 | Rodolfo Cristian Hott Kunstmann | Denominativa | OptiAgro | De oficio se señala que la denominación no tiene traducción. |
| 1667396 | Patricio Fernando Bustos Yáñez | Mixta | CARNES MAX PRECIO & CALIDAD | |
| 1667397 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de Josefa Andrea Izquierdo Barbe | Denominativa | AMBAR JIB | De oficio se señala que la denominación no tiene traducción. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667398 | Luis Eugenio San Martín San Martín, en representación de Laboratorio Dental Metaldent Spa | Mixta | MetalDent | |
| 1667399 | Leopoldo Jorge Méndez Alcayaga | Denominativa | La Weona Tonta | |
| 1667400 | José Ernesto Ortega Retamal | Denominativa | Yara | |
| 1667405 | Loreto Grandón Palavecino, en representación de Impulsa Consultores Limitada | Mixta | GP ADVISORY GROUP | |
| 1667406 | Jecar Vladimir Nehgme Sáez, en representación de Sociedad Nehgme Y Cia Limitada | Denominativa | INCIP | De oficio se señala que la denominación no tiene traducción. |
| 1667407 | Francisca Lucía Figueroa Illanes, en representación de Babymattress Spa | Mixta | babymattress | |
| 1667408 | Fabián Andrés Cazorla González | Denominativa | Legal Press | Se deja constancia que se incorpora de oficio la traducción de la marca en su tenor literal, quedando en los siguientes términos: **Prensa Jurídica** |
| 1667409 | Natalia Elizabeth Toro Rubilar | Denominativa | NINEZERO | |
| 1667410 | Marcial Augusto José Cáceres Poblete | Denominativa | Factor Local | |
| 1667412 | Francisca Lucía Figueroa Illanes, en representación de Inversiones El Arrayan Spa | Mixta | FUNDO COIHUE | Se deja constancia que se incorpora de oficio la traducción de la marca en su tenor literal, quedando en los siguientes términos: **FUNDO LUGAR DE AGUA** |
| 1667416 | Roberto Felipe Cisternas Johnson | Denominativa | Casaolmué | |
| 1667417 | Tomás Keymer Ovalle | Denominativa | Studio KSAA | |
| 1667418 | Gerardo Javier Iturra Lara, en representación de Biotecnologías Americanas Spa | Denominativa | PROTEIN CANDY | |
| 1667419 | Loaiza Betzabet Montilla Perez | Mixta | Nexus 360 | |
| 1667421 | Ricardo Enrique Sáez Hansen | Denominativa | Resolución Legal | |
| 1667422 | César Humberto Gattini Collao | Denominativa | Tercera Vía Nacional | |
| 1667423 | Pedro Urrestarazú González, en representación de Tecnologia Y Construccion Spa | Denominativa | NEUROREFLEX | |
| 1667424 | Nicole Alejandra Villena Valenzuela, en representación de Jonathan Seth Cofré Parra | Mixta | EL QUINCHO LLIFEN | |
| 1667425 | César Humberto Gattini Collao | Denominativa | TEVINA | |
| 1667426 | Nadia Natividad Juarez Juarez | Mixta | PELITO PARADO | |
| 1667427 | Jarry IP SPA, en representación de Hongxing Chen | Mixta | ALEX&MIA | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667430 | Alberto Nicolás Espina Donoso, en representación de INVERSIONES SANTA OLIVIA SpA | Mixta | TRESC PARTNERS | |
| 1667433 | Jarry IP SPA, en representación de SHANTOU CHENGHAI JIANXIONG PLASTIC TOYS INDUSTRY CO., LTD | Mixta | MERCONSER | |
| 1667434 | Rodrigo Andrés Castro Zamorano | Denominativa | Marciano | |
| 1667435 | Claudio Alejandro Reyes Toutin | Denominativa | ECO-POWER | |
| 1667436 | Javiera Antonia Hormazábal Castillo | Denominativa | Indivar | |
| 1667438 | Estudio Carey Limitada , en representación de Bayer Aktiengesellschaft | Denominativa | URAGOR | |
| 1667439 | Willy Leandro Barrios Duarte | Mixta | Tinok | |
| 1667441 | Iván Patricio Baez Montenegro | Mixta | LAMONTE | |
| 1667444 | Jan Christian Schilling Arrieta, en representación de Guter Freund Spa | Denominativa | Guter Freund | |
| 1667445 | Juan Cristobal Pino Alfaro, en representación de Edekan Spa | Denominativa | Edekan Buffet | |
| 1667446 | Juan Arturo Ojeda Contreras | Denominativa | ECOFORESTRY | |
| 1667448 | Sergio Osvaldo Silva Silva, en representación de Sociedad Sosegur Spa | Denominativa | SOSEGUR | |
| 1667455 | Daniela Andrea Montebruno Gibert, en representación de Jaime Alfonso Ramírez Kattan | Denominativa | PILO PLUS | |
| 1667462 | Joel Elías Poblete Troncoso, en representación de Academia De Música Joel Elías Poblete Troncoso E.i.r.l. | Mixta | Academia Música Valdivia | Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica solicitada. |
| 1667463 | Margarita Soledad Moraga Monsalves | Mixta | MS Sports | Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica solicitada. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667476 | José Alberto Lizana Vilches | Mixta | Club Deportes América Rancagua 1916 | Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elementos denominativos “Club Deportes América Rancagua 1916”.<br><br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br><br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, Club Deportes América de Rancagua, no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br><br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca” del formulario de solicitud de registro, Club Deportes América de Rancagua, por Club Deportes América Rancagua 1916, a fin de exista coincidencia entre los elementos denominativos considerados en forma aislada y los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br>Se deja constancia que esta corrección de la denominación en nada modifica la marca pedida, la cual se representa graficamente con la imagen JPEG que contiene todos los elementos que la componen, tanto gráficos como denominativos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667492 | Marlon David Olivero Marchena | Mixta | ecopintor transformamos tu espacio | **Correcciones de oficio:**<br>1. Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elementos denominativos "ecopintor transformamos tu espacio".<br><br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br><br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección "Marca", ecopintor, no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br><br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección "Marca" del formulario de solicitud de registro, ecopintor, por ecopintor transformamos tu espacio, a fin de exista coincidencia entre los elementos denominativos considerados en forma aislada y los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br>Se deja constancia que esta corrección de la denominación en nada modifica la marca pedida, la cual se representa graficamente con la imagen JPEG que contiene todos los elementos que la componen, tanto gráficos como denominativos.<br>2. Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica solicitada. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667496 | Catalina Monserrat Gamboa Chamorro, en representación de Eduardo Enrique Gerter Jara | Mixta | EG Gerter y CIA. LTDA. | Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elementos denominativos “EG Gerter y CIA. LTDA.”.<br><br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br><br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, Gerter y CIA. LTDA., no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br><br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca” del formulario de solicitud de registro, Gerter y CIA. LTDA., por EG Gerter y CIA. LTDA., a fin de exista coincidencia entre los elementos denominativos considerados en forma aislada y los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br>Se deja constancia que esta corrección de la denominación en nada modifica la marca pedida, la cual se representa graficamente con la imagen JPEG que contiene todos los elementos que la componen, tanto gráficos como denominativos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667506 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Cristian Silva Burgos | Mixta | Mil cookies Bakery | **Correcciones de oficio:**<br>1. Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elementos denominativos "Mil cookies Bakery".<br><br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br><br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección "Marca", Milcookies Bakery, no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br><br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección "Marca" del formulario de solicitud de registro, Milcookies Bakery, por Mil cookies Bakery, a fin de exista coincidencia entre los elementos denominativos considerados en forma aislada y los elementos denominativos contenidos en el signo mixto pedido.<br>Se deja constancia que esta corrección de la denominación en nada modifica la marca pedida, la cual se representa graficamente con la imagen JPEG que contiene todos los elementos que la componen, tanto gráficos como denominativos.<br>2. Se corrige de oficio la descripciónd e la representación gráfica solicitada. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667557 | Felipe Ignacio Villarroel Barraza, en representación de TAXWAY SpA | Mixta | TW Taxway | Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección "Marca", Taxway no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección "Marca" del formulario de solicitud de registro, Taxway por TW Taxway a fin de exista coincidencia entre el(los) elemento(s) denominativo(s) considerado en forma aislada y el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br>Se deja constancia que esta modificación en nada altera la marca solicitada que está representada por la imagen en que se contienen todos sus elementos tanto gráficos como denominativos.<br>Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica acompañada, teniendo en cuenta los elementos contenidos y visibles en ella. |
| 1667594 | Paulo César Díaz Bahamóndez, en representación de Patricio Iván Urrutia Delgado | Denominativa | LA QUERENCIA PUERTO URRUTIA | De oficio se complenta domicilio del solicitante conforme a datos contenidos en el poder acompañado. |
| 1667596 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Construkia Spa | Mixta | CONSTRUKIA | |
| 1667598 | Pablo Andrés Freire Abad | Denominativa | Foodlitzer | |
| 1667599 | Ignacio Agustín Muñoz Bravo | Figurativa | | De oficio y revisada la marca solicitada esta corresponde a una marca figurativa, toda vez que esta se encuentra compuesta por dibujos o imágenes, conforme a ello se elimina el título de la marca y se corrige el tipo de marca. De oficio se corrige descripción gráfica de la misma. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667600 | Bastián Alberto Muñoz Bórquez, en representación de SAB Ingeniería SpA | Mixta | SAB GeoConsulting | |
| 1667601 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Construkia Spa | Mixta | CONSTRUKIA | |
| 1667602 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de María Alejandra Véliz López y Jorge Enrique Toro Fuentes | Mixta | VittaNET | |
| 1667603 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de S.s. Target Servicios De Seguridad Spa | Mixta | S.S. TARGERT | |
| 1667604 | José Manuel Cordero Middleton, en representación de Innovawaste Spa. | Mixta | INNOVAWASTE | De oficio se corrige descripción de marca conforme a contenido gráfico de la misma y título de la marca. |
| 1667605 | Erick Oniel Álvarez Chávez, en representación de Pide Rural Spa | Mixta | PIDE RURAL | De oficio se corrige descripción de marca conforme a contenido gráfico de la misma. |
| 1667607 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Nuva Group Spa | Mixta | NUVA SKIN | |
| 1667608 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Nuva Group Spa | Mixta | NUVA | |
| 1667610 | Gabriela Alejandra Cerda Barraza | Mixta | SugarBloom | |
| 1667611 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Nuva Group Spa | Mixta | BOQA ORAL | |
| 1667612 | Puga Ortiz Propiedad Intelectual Limitada , en representación de LABORATORIOS LANSIER S.A.C. | Denominativa | LANSIDROPS | |
| 1667613 | Luis Eugenio San Martín San Martín, en representación de Viviana Andrea Urrutia Rivera | Denominativa | Wear what you are | Habiéndose incorporado en la marca pedida una o más expresiones en idioma distinto del español, y no habiéndose dado cumplimiento a la obligación de proporcionar la traducción de la misma, contenida en el artículo 6 letra d) del Reglamento de la Ley 19.039, se incorpora de oficio a la base de datos de este Instituto la traducción de la marca |
| 1667614 | Luis Eugenio San Martín San Martín, en representación de Viviana Andrea Urrutia Rivera | Denominativa | Lamlabel | |
| 1667616 | Paola Susana Zambrano Franco | Denominativa | MICROZEN | |
| 1667618 | Jonathan Alex Ojeda Bugueño, en representación de Abercio Choque Mendoza | Denominativa | FARMACIA VITAL | |
| 1667619 | Luis Eugenio San Martín San Martín, en representación de Viviana Andrea Urrutia Rivera | Denominativa | Lam. | |
| 1667620 | Eduardo Javier Gallardo Portillo | Denominativa | Flouly | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667622 | Fidel Alberto Castro Chourio | Mixta | cardio fest | De oficio se corrige descripción de marca mixta conforme el contenido gráfico de la misma. |
| 1667623 | Juan Alberto Luciano Díaz Wiechers, en representación de Avance Chile Spa | Denominativa | ASCAD | |
| 1667624 | Diana Carolina Lindsay Maldonado Durán | Denominativa | BRWN coffee and cacao inspired | |
| 1667625 | SOCIEDAD DE PROFESIONALES FULL MARCAS & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de SOCIEDAD COMERCIAL OLAVE-CUEVAS Y CIA. LTDA. | Mixta | MI LAVANDERÍA | |
| 1667626 | SOCIEDAD DE PROFESIONALES FULL MARCAS & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de MARÍA IGNACIA MELO SOTO | Denominativa | SUPTAILS | |
| 1667628 | Marcelo Fernando Brintrup Meeder | Denominativa | BRAUNAU | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667629 | Catalina Yahiza Atal Yacksic, en representación de Logística Deportiva Y Turismo, Cardal Producciones Spa | Mixta | DIVINO CARRITO Bendita sea tu fiesta | Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elemento(s) denominativo(s) “DIVINO CARRITO Bendita sea tu fiesta”.<br><br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br><br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, “DIVINO CARRITO” no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br><br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca” del formulario de solicitud de registro, “DIVINO CARRITO” por “DIVINO CARRITO Bendita sea tu fiesta”, a fin de exista coincidencia entre el(los) elemento(s) denominativo(s) considerado en forma aislada y el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br><br>Se deja constancia que esta modificación en nada altera la marca solicitada que está representada por la imagen en que se contienen todos sus elementos tanto gráficos como denominativos. |
| 1667630 | Sebastián José Mozó Moreno | Figurativa | | De oficio se corrige el tipo de marca de mixta a figurativa y se elimina el titulo que Ud. incluyó a fs.1 del formulario, toda vez que revisada la marca acompañada esta contiene elemento denominativo alguno. |
| 1667631 | Elizabeth Rebeca Muñoz Villacura | Mixta | SEGYA | De oficio se corrige descripción gráfica de marca mixta conforme a colores y contenido de la misma. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667632 | Andrés Felipe Suzarte Gárate, en representación de Néstor Omar Ayala Cortés | Denominativa | Silvestre Bistro | |
| 1667633 | Catalina Yahiza Atal Yacksic, en representación de Accesorios Decorativos SpA | Mixta | MURO MURO CASA CREATIVA | 1.- Vistos, la solicitud de fs.1, y la circunstancia que se ha solicitado una marca mixta, cuya representación gráfica incorpora como elemento(s) denominativo(s) “MURO MURO CASA CREATIVA”.<br><br>Que, la Resolución Exenta N° 135 que aprueba el instructivo de tramitación en materia de marcas, publicada el 12 de mayo de 2022 en el Diario Oficial, señala que la marca mixta es aquella constituida por una combinación de elementos denominativos y figurativos, y se entenderá suficientemente representada por la presentación de una imagen del signo con todos sus elementos y, en su caso, sus colores.<br><br>Que, habiendo revisado el signo pedido en el formulario de fs.1, consta que la denominación registrada en la sección “Marca”, “MURO MURO” no cumple con lo señalado precedentemente, pues no coincide íntegramente con el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br><br>Que, atendido lo dispuesto en el punto 3 letra B de la Res. Ex 135, se resuelve: Se corrige de oficio la base de datos sustituyendo la denominación registrada en la sección “Marca” del formulario de solicitud de registro, “MURO MURO” por “MURO MURO CASA CREATIVA”, a fin de exista coincidencia entre el(los) elemento(s) denominativo(s) considerado en forma aislada y el(los) elemento(s) denominativo(s) contenido(s) en el signo mixto pedido.<br><br>Se deja constancia que esta modificación en nada altera la marca solicitada que está representada por la imagen en que se contienen todos sus elementos tanto gráficos como denominativos.<br>2.- De oficio y conforme a rut y nombre singularizados en poder acompañado,se corrige nombre del solicitante. |
| 1667637 | Marcos Ignacio Vidal Peña | Denominativa | Haki Haki | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667639 | Claudio Raúl Orellana Arroyo | Multimedia | AlegriaFm | De oficio se describe contenido gráfico de marca mixta de fs.1. |
| 1667642 | Agustín Eyzaguirre Prieto | Denominativa | GALGO | |
| 1667766 | Pedro Alejandro Aguilera Valenzuela | Mixta | RPC REPUESTOS | Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica acompañada, teniendo en cuenta los elementos contenidos y visibles en ella. |
| 1667767 | Javier Ignacio Urzúa Montenegro | Mixta | Sushistosos | Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica acompañada, teniendo en cuenta los elementos contenidos y visibles en ella. |
| 1667769 | Juan Antonio Echeverría Schmidt | Denominativa | Nidus / Servicio de postventa eficiente, trazable y digital | Se corrige de oficio la traducción de la denominación atendido su tenor literal. |
| 1667770 | Sharon Patricia Rodríguez Vargas | Denominativa | Lactalove Plus | Se elimina de oficio la traducción toda vez que al tenor literal la marca pedida no tiene traducción. |
| 1667771 | Francisco Javier Gómez Pizarro | Denominativa | ZRPM | Se elimina de oficio la traducción toda vez que al tenor literal la marca pedida no tiene traducción.<br>Se elimina la transliteración por cuanto no es necesaria para esta solicitud. |
| 1667773 | Juan Francisco Santelices Pastori | Mixta | LOTTOMAX | Se corrige de oficio la descripción de la etiqueta acompañada y se elimina la frase "CON PROTECCIÓN AL CONJUNTO" atendido que: (i) No constituye descripción de elementos gráficos contenidos en la etiqueta y (ii) Conforme a la ley 19.039, en su artículo 19, es este Servicio, quien debe establecer la desprotección de las palabras contenidas en una etiqueta, una vez realizado el examen pertinente, y expresarlo en su resolución definitiva. |
| 1667774 | Andrea Celeste Herrera Tinte, en representación de La 99 Roll Y Compañia Limitada | Mixta | La 99 Roll | Se elimina la transliteración por cuanto no es necesaria para esta solicitud.<br>Se corrige de oficio la traducción de la denominación atendido su tenor literal.<br>Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica acompañada, teniendo en cuenta los elementos contenidos y visibles en ella. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M2:**

Aceptación a Trámite

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1667776 | Luis Fernando Pillco Cedeño, en representación de Shenzhen Beibang Electronics Co., Ltd. | Mixta | booanye | Se corrige de oficio la descripción de la representación gráfica acompañada, teniendo en cuenta los elementos contenidos y visibles en ella. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1640835 | Claudio Alejandro Olivares Cifuentes, en representación de CENTRO INTEGRAL DE KINESIOLOGIA, ESTETICA Y TECNOLOGIA KINESTECH SPA | Denominativa | KINESTECH | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1311187 Marca Kinestec Protege servicios de cuidado de la salud; Servicios de medicina deportiva; servicios de rehabilitación física de la clase 44. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1641664 | Germán Andrés Cáceres Cepeda, en representación de Caceres & Albornoz SPA | Denominativa | Gelatería Fior di Latte | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación a la Solicitud N°1641036 Marca Fior di latte Protege helados; helados cremosos; sorbetes [helados];yogur helado (helado cremoso); coulis de frutas [salsas];agentes aglutinantes a base de almidón para helados cremosos; agentes aglutinantes a base de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | fécula para helados cremosos; aglutinantes orgánicos para helados cremosos; barquillos para helados cremosos; barras de helados comestibles; barras de helados cremosos; barras de helados cremosos [productos de confitería];barritas de refrigerios a base de helados cremosos; barritas de tentempiés a base de helados cremosos; bolis (helados);caramelos helados; chupetes (helados);confitería de helados cremosos; cubos (helados comestibles);helados alimenticios vegetales; helados a base de frutas; helados aromatizados; gelato [helados cremosos a la italiana];galletas de barquillo para helados con frutas y frutos secos; helados cremosos de frutas en palito o en barra; helados cremosos de frutas; helados cremosos blandos; helados blandos; helados con fruta; helados cremosos veganos; helados de agua; helados de fruta; helados de frutas; helados lácteos; helados de frutas en palito o en barra; helados y helados cremosos; mezclas para elaborar helados a base de sorbetes; pasteles helados; paletas (helados en palito);postres helados con frutas; preparados instantáneos para helados cremosos; preparaciones para hacer productos de confitería helados; preparaciones para hacer helados cremosos de la clase 30.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1642824 | Álvaro Nelson Meza Julia | Mixta | ANDES PAW ANDES PAW | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación a la solicitud N° 1643717. ANDES FRESH. Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar;granos y semillas en bruto o sin procesar;frutas y verduras, |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas;plantas y flores naturales;bulbos, plantones y semillas para plantar;animales vivos;productos alimenticios y bebidas para animales;malta. Clase 31. Servicio de venta presencial al detalle y al por mayor de productos de la clase 31;servicios de agencias de importación-exportación de productos de la clase 31;Servicios de venta de productos de la clase 31 por internet, correo o por medio de una comunicación interactiva de datos, de mensajes, de imágenes, de textos y de combinaciones de estos, por medios computacionales, world wide web y redes de bases de datos;Servicios de venta por catálogo de productos de la clase 31.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1643652 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de BONKER S.A. | Mixta | SOUTH CARGO CHILE | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 1195903 Marca S SOUTHCARGO Protege Almacenamiento de mercancías; Descarga de mercancías; distribución [reparto] de productos; embalaje y depósito de mercancías; Manipulación de carga; Reparto de mercancías; Servicios |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de almacenaje; servicios de carga de mercancías; servicios de depósito; Servicios de flete y transporte de mercancías; Servicios de transportación y reparto por aire, carretera, ferrocarril y mar; servicios logísticos de transporte; transporte; Transporte de personas de la clase 39.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1644062 | Albagli, Zaliasnik & Cía., en representación de Hasbro, Inc. | Denominativa | SIMON | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°814583 Marca SIMON WIESENTHAL CENTER Protege Juegos, juguetes, artículos de gimnasia y de deporte; decoraciones para árboles de navidad de la clase 28. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1644438 | Santa Cruz IP Tecnología e Innovación Ltda., en representación de Masuta SpA | Mixta | M O del productor a tu puerta | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra.<br>De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4 y 5 del artículo 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H, Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N 1356874, marca MO Morandé Office Supplies, que distingue Servicios de importación y exportación de toda clase de productos; servicios de venta al por mayor y al por menor |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | en forma presencial de toda clase de productos; servicios de venta online de toda clase de productos; administración de negocios de la clase 35. Registro N 1441930, marca Mo, que distingue Muebles; piezas de mobiliario de la clase 20. Registro N 1457661, marca MO, que distingue Aparatos e instrumentos médicos; aparatos de vibromasaje; aparatos e instrumentos dentales; guantes para uso médico; preservativos; aparatos anticonceptivos no químicos; corsés para uso médico; pesarios; muñecas sexuales; juguetes sexuales de la clase 10. Solicitud N 1610432, marca mó, que distingue gafas;gafas de sol;lentes de contacto;cristales de gafas;cristales ópticos;lentes correctoras [óptica];estuches para lentes de contacto;monturas de gafas y gafas de sol;estuches para gafas;cordones para gafas;cadenas para gafas;lentes con clips magnéticos para gafas de sol;artículos de óptica para la vista;audífonos para teléfonos móviles;aparatos e instrumentos ópticos de la clase 9; audífonos de corrección auditiva, de la clase 10. Registro N 796879, marca MO, que distingue Vestuario, calzados y sombrerería de la clase 25. Registro N 1230303, marca Mo.0 Momento Cero, que distingue Administración y gestión de negocios; Gestión de negocios comerciales; publicidad de la clase 35. Registro N 1276337, marca Mo, que distingue Bolsas de deportes de la clase 18. Registro N1335072, marca M.O EUROROLLER, que distingue Persianas de exterior metálicas de la clase 6. Registro N 1364952, marca MO marinaonline.cl, que distingue Servicios de venta (comercialización) al por mayor y al detalle y en línea de productos de las clases 1 a la 34, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría. Servicios de venta al detalle (retail) o por catálogo de productos de las clases 1 a la 34, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría; servicios de ventas en línea de productos de las clases 1 a la 34, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría. Servicios de reagrupamiento por cuenta de terceros de productos diversos (con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría) permitiendo a los consumidores examinar y comprar estos productos con comodidad. Servicios de comercio electrónico, en concreto, suministro de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | información sobre productos (con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría) a través de redes de telecomunicaciones con una finalidad publicitaria y de ventas; servicios de compra y venta al público de todo tipo de productos por Internet correo o por medio de una comunicación interactiva de datos mensajes imágenes textos y combinaciones de estos por medios computacionales world wide web y redes de bases de datos, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría; servicios de compra y venta al público de todo tipo de productos por medio de una comunicación oral y/o visual por medio de terminales de computación fax y por medios análogos y digitales, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría. Tramitación administrativa de pedidos de compra de productos de las clases 1 a la 34, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría. Servicios de venta a través de pedidos por correo que comprende productos de las clases 1 a la 34, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría. Servicios de venta por catálogos de productos de las clases 1 a la 34, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría. Servicios de importación y exportación de productos de las clases 1 a la 34, con excepción de productos ópticos, audífonos y aparatos e instrumentos de audiometría. Información y consultoría en materia de comercio exterior. Servicios de asesoría y consultoría para la organización desarrollo y dirección de empresas y negocios. Servicios de ayuda en la administración explotación o dirección de empresas y negocios comerciales. Servicios de asesoría consultas e informaciones por cualquier medio en materia comercial. Asesoría y consultoría en materia de recursos humanos y marketing. Administración de negocios y contratos comerciales. Servicios publicitarios; servicios de promoción; administración de publicidad; servicios de colocación de carteles (anuncios); publicidad en exteriores; servicios de publicidad para empresas ciudades o poblados administraciones ferrocarriles subterráneos campos y salones deportivos teatros cines aeropuertos estaciones de trenes centros comerciales y servicios municipales; |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | arrendamiento de espacios publicitarios localizados sobre mobiliario urbano (paneles y paletas publicitarias columnas kioscos papeleros baquetas faroles y luminaria de calle garitas sanitarios y servicios públicos contenedores y toldos publicitarios) ya sea en ciudades o poblados ferrocarril subterráneo campos y salones deportivos teatros cines aeropuertos estaciones de trenes centros comerciales y edificios; publicidad por internet; publicidad por medio de teléfonos móviles; promoción de negocios por medio de la entrega de tarjetas para usuarios preferentes; relaciones públicas; publicidad en formato luminoso; diseminación de material publicitario; arriendo de redes de televisión o imágenes para espacios publicitarios (localizadas sobre mobiliario urbano paneles vehículos) para el despliegue de compañías publicitarias; distribución y diseminación de material publicitarios (folletos prospectos muestras posters); servicios de producción de publicidad; administración de espacios publicitarios; asesoría en servicios de colocación de carteles (anuncios); asesoría en publicidad; arriendo de espacios y material publicitario; arriendo de paneles publicitarios; organización de eventos con fines publicitarios; reproducción de documentos con fines publicitarios; estudios de mercado; investigación de mercados o de marketing; publicación de textos de avisaje; publicidad por correo directo; servicios de marketing en el campo del avisaje; agencia de publicidad y de proyectos en el campo de la publicidad. Publicidad sobre vehículos como buses y camionetas. Publicidad en estaciones de transporte como estaciones del metro o tren subterráneo. Organización de ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitario de la clase 35.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Se debe tomar en consideración que el consumidor en general observará las marcas en forma separada, y no simultánea, lo que permitirá conocer a través de la impresión o imagen dejada por la una, si esta recuerda la imagen de otra<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1645367 | Daniele Silveira Da Silva, en representación de SCARFME Spa | Denominativa | SCARF ME | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1178048 Marca ME Protege Promoción de productos y servicios para terceros. Servicio de difusión de publicidad por cualquier medio de toda clase de productos y servicios. Agencia de publicidad. Servicio de propaganda o publicidad radiada y |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | televisada. Servicios de mercadeo (marketing), incluyendo servicios de estrategias de promoción, distribución de muestras de publicidad y precio de toda clase de productos y servicios; asesorías con relación a dichos servicios. Servicios de asesorías para la organización y dirección de negocios. Servicios de ayuda en la explotación o dirección de empresas comerciales. Administración comercial. Peritajes comerciales. Servicios de asesorías, consultas e informaciones, por cualquier medio, en materias comerciales. Servicios de venta y comercialización de productos de las clases 1 a la 34, al por mayor y/o al detalle. Comercio electrónico y servicios de compra y venta al público de todo tipo de productos por Internet, correo o por medio de una comunicación interactiva de datos, mensajes, imágenes, textos y combinaciones de estos, por medios computacionales, world wide web y por redes de bases de datos. Servicios de importación, exportación y representación comercial de productos de las clases 1 a la 34. Comercio exterior. Organización de eventos y ferias con fines comerciales o de publicidad de la clase 35.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1645546 | Juan Pablo Oyarzún Alcayaga, en representación de Sociedad Crea3D Ingenieria SpA | Mixta | C3D | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 1184111 Marca C3D Protege Ingeniería; investigación y desarrollo de nuevos productos para terceros de la clase 42. (Diferente forma social). |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1646836 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Angélica De Las Mercedes Campos Ríos | Mixta | Sushi rolls | CONSIDERANDO, Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4 y 5 del artículo 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra E, No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.<br>La marca solicitada se compone exclusivamente por términos carentes de distintividad, de uso común, descriptivos e indicativos de la |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | cualidad de los productos que se pretenden otorgar por medio de los servicios pedidos. En efecto el signo pedido se compone de los elementos SUSHI que es una denominación genérica de distintos tipos, combinaciones de ingredientes y formas de una comida típica japonesa, y básicamente están hechas a base de arroz tipo japonés y diferentes frutos del mar (pescado fresco, langostinos, algas marinas etc) y vegetales y ROLL, cual es una clase determinada de sushi que en su interior se puede rellenar con pescados frescos (salmón, atún, etc); algas; vegetales como ser pepinos, palta; langostinos; queso philadelfia y todo lo que la imaginación del sushimaster desee volcar en este delicioso sushi. Los elementos gráficos que se acompañan no logren otorgar la distintividad requerida para constituirse en marca comercial. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1646945 | Cristian Andrés Silva Cerda, en representación de Climatizacion Y Transporte San Marino Spa | Mixta | SAN MARINO | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en las siguientes prohibiciones de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra a), “No son registrables los escudos, las banderas u otros emblemas, las denominaciones o siglas de cualquier Estado, de las organizaciones internacionales y de los servicios públicos estatales.”.<br>San MArino, oficialmente llamada República de San Marino (en italiano, *Repubblica di San Marino;* es una república parlamentaria y el |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | estado soberano más antiguo del mundo. Es un enclave rodeado del territorio italiano, entre las regiones de Emilia-Romana y las Marcas. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1646968 | Jorge Antonio Jorquera Riquelme | Mixta | SURPROP | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 948177. SUR ASISTENCIA. Suscripción de seguros; operaciones financieras; |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | operaciones monetarias; servicios de negocios inmobiliarios, clase 36. registro N° 1047347. SUR ASISTENCIA. Servicios de corretaje y suscripción de seguros de todo tipo, con exclusión de seguros para viajeros; Servicios de agencias de cambio de monedas, servicios de leasing, servicios de corredores de valores, servicios de emisión de cheques de viajes, servicios de administración y explotación de bienes raíces, clase 36.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1646979 | Diego Javier Miranda Tajmuch | Mixta | Sweet & Fit | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), “No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.”. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | El signo pedido resulta descriptivo de los productos y servicios solicitados y carente de distintividad. En efecto, al consistir la marca en la palabra SWEET & FIT, en que Sweet, se traduce como "dulce" y Fit, es algo saludable y bajo en grasas, por lo que es descriptivo de las cualidad o características de los productos y servicios solicitados. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular, circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647138 | Iván Alexander Díaz Díaz | Denominativa | Librería Altoke | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios.<br>Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra.<br>De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4 y 5 del artículo 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H, Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N 1203756, marca AL TOQUE, que distingue Servicios de representación, importación y exportación de todo tipo de productos. Publicidad, por todos los medios, incluida la |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | exposición en sitios electrónicos, accesibles al público por medio de redes computacionales. Reagrupamiento, por cuenta de terceros, de bienes y servicios permitiendo a los consumidores examinarlos y comprarlos con comodidad de la clase 35. Registro N 1340518, marca Lider Altoque, que distingue Carteles; catálogos; revistas [publicaciones periódicas]; publicaciones impresas; publicaciones periódicas; Papel; cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías (impresas); artículos de papelería; materias plásticas para embalar de la clase 16.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Se debe tomar en consideración que el consumidor en general observará las marcas en forma separada, y no simultánea, lo que |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | permitirá conocer a través de la impresión o imagen dejada por la una, si esta recuerda la imagen de otra<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647232 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Opticas Monaco SpA | Mixta | Ópticas Mónaco | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en las siguientes prohibiciones de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra a), “No son registrables los escudos, las banderas u otros emblemas, las denominaciones o siglas de cualquier Estado, de las organizaciones internacionales y de los servicios públicos estatales.”.<br>Artículo 20 letra e), “No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.". El signo pedido resulta irregistrable por incluir la denominación de un Estado y tratarse de un conjunto carente de distintividad. En efecto, el signo solicitado se compone de la expresión "Ópticas Mónaco", en circunstancias que "Mónaco" corresponde al nombre de una ciudad-estado independiente en la costa mediterránea de Francia, sin que la adición del complemento "Ópticas" que es un centro especializado en salud visual que ofrece servicios de examen, diagnóstico y corrección de problemas refractivos mediante gafas, lentes de contacto u otras ayudas, se está describiendo directamente que los servicios solicitados consistirán o se encontrarán vinculados al concepto antes definido. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular, circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647369 | Andrés Felipe Suzarte Gárate, en representación de Marco Antonio Morán González | Mixta | M Marco Paes | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra f), No podrán registrarse como marcas las que se presten para inducir a error o engaño respecto de la procedencia, cualidad o género de los productos o servicios, comprendidas aquellas pertenecientes a distintas clases cuyas coberturas tengan relación o indiquen una conexión de los respectivos bienes o servicios.<br>Un signo que induzca a error o confusión será incompatible con la función distintiva e informativa que debe tener una marca en el |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | comercio. En este sentido, de la definición de una marca, se precisa que ésta debe proporcionar información certera acerca del origen empresarial de los productos o servicios que distingue, así como sobre el género y la existencia de una cualidad relativamente constante de ellos.<br>Este doble efecto distintivo de origen empresarial e informativo de características constantes es lo que genera la transparencia en el mercado. En consecuencia, lo que trata dicha causal, es de evitar que existan como marcas registradas, signos engañosos que provoquen un riesgo de error en los consumidores respecto de la verdadera procedencia, cualidad, género u otras características de los productos que consumirán, los servicios que demandarán, ya que en caso contrario, lejos de contribuir a la transparencia del mercado, provocarán equivocaciones y desorientaciones entre los consumidores, que es precisamente lo que la legislación marcaria pretende evitar.<br>Son marcas engañosas o inductivas a error, en general, aquellas que se alejan de la realidad en cuanto a la descripción de la verdadera característica, composición, cualidad, naturaleza y/o procedencia de la cobertura a amparar, esto es, del ámbito de protección que se pretende para la marca pedida, que está determinado por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado.<br>El signo pedido resulta irregistrable por inducir a error en relación a su verdadera procedencia empresarial. En efecto, el conjunto solicitado incluye el término “PAES”, que corresponde al acrónimo de “Prueba de Acceso a la Educación Superior”, que corresponde a un examen que reemplazó a la antigua Prueba de Selección Universitaria, el cual debe ser rendido por quienes tengan intención de postular a alguna de las universidades adscritas al Sistema de Acceso a la Educación Superior, y que se compone de una batería de cinco pruebas, a saber, Prueba de competencia Lectora, Prueba de competencia Matemática 1 y 2, Prueba de Historia, geografía y Ciencias Sociales y Prueba de ciencias. Que, conforme lo señalado precedentemente, al incluir el elemento PAES, se provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor respecto la verdadera procedencia por cuanto implica un riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrían ser |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | inducidos los consumidores al momento de ejercer su opción o preferencia de marca, llevándolos a pensar que se trata de las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647386 | César Edgardo Lannefranque Arias, en representación de Farmastrats SpA | Denominativa | PRAMIXOL | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 1199851 Marca PRAMEZOL Protege Medicamentos para uso médico; medicamentos para uso veterinario; productos químico-farmacéuticos; remedios para uso médico; remedios para uso veterinario de la clase 5. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647404 | Jesús Pons Raineri | Mixta | Casona Verona | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1312646 Marca SALÓN VERONA Protege Servicios de entretención y esparcimiento. Producción de espectáculos en general. Producción y organización de eventos, charlas, cursos, foros, congresos, ferias, exposiciones, competiciones, |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | conferencias, seminarios y simposium educacionales, culturales, deportivos y de entretención. Planificación y ejecución de programas culturales y artísticos. Exposiciones de arte, facilitación de instalaciones para el desarrollo de las artes visuales y eventos artísticos. Estudio de grabación, grabación y edición de audio, video y audiovisuales. Producción de filmes; publicación de libros; publicación y redacción de textos que no sean publicitarios; publicación electrónica de libros, revistas y periódicos en línea. Servicios de educación, formación, instrucción y enseñanza de la clase 41.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647413 | Lucas Antonio Pardo Muñoz | Denominativa | LP RACING | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 838456 Marca LP Protege Extracción minera. Explotación de canteras. Servicios de construcción. Montaje, armado y ensamble de estructuras metálicas y no metálicas para construcción. Servicios de alquiler de herramientas o de materiales |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | para la construcción. Servicios de alquiler de bulldozer y de máquinas para la construcción. Dirección y supervisión de obras de construcción. Servicios pintura, empapelado, albañilería. Loteo y urbanización de terrenos para la construcción de inmuebles. Reparación, instalación y mantención de toda clase de productos de las clases 1 a la 34, excepto software. Asesorías, consultas e informaciones, por cualquier medio, en materia de reparación, instalación y mantención de productos de las clases 1 a la 34, excepto software. Servicios de engrase, recauchado y vulcanización de neumáticos para vehículos. Tratamiento preventivo contra la herrumbre para productos de la clase 12. Estaciones de servicio. Lavado, limpieza y lustrado de productos de la clase 12. Asistencia en caso de averías de productos de la clase 12. Lavandería y lavado de ropa de la clase 37.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647435 | Pablo Arturo Matías Landini Navarrete, en representación de club deportivo puente skate | Mixta | PUENTE SKATE | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1369706 Marca puente Protege Bastones de esquí; bastones de esquí para esquís con ruedas; pelotas de hockey sobre césped; bolsas de esquí; bolsas para palos de hockey sobre hielo; bordes de esquí; cintas de sujeción para empuñaduras de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | palos de hockey sobre hielo; cuchillas para patines de hielo; discos de hockey; esquís; esquís alpinos; esquís con ruedas; esquís acuáticos; estuches para esquís; faldones para árboles de navidad; fijaciones de esquí; fijaciones de esquí alpino; fundas para esquís; fundas especiales para esquís; guantes de esquí acuático; patinetas; patinetas [equipos recreativos]; palos de esquí; bastones de esquí para esquís con ruedas; palos de hockey; patines de arranque; patines de hielo; patines; patines sobre ruedas y para hielo; patines en línea; *patinetas; patinetas* [juguetes]; pedales de monopatín; pieles de foca [fundas de esquí]; porterías de hockey; protectores de palas para patines de hielo; protectores para porteros de hockey sobre hielo; protectores de pecho para hockey; porterías para hockey sobre hielo; revestimientos de esquí; atracos de esquí acuático; tablas de esquí acuático; tablas de esquí; tablas de wakeskate de la clase 28.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647446 | Ornella Pastene Ippolito | Denominativa | INICIO | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1233522 Marca Reinicio Protege Vino; Vinos; Vinos espumosos de uva; Vinos y vinos espumosos de la clase 33. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647456 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de BANCHILE ADMINISTRADORA GENERAL DE FONDOS S.A. | Denominativa | Banchile Asset Management | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°803233 Marca BANCHILE LEASING Protege Servicios de venta al detalle y al por mayor de productos de todas las clases. Servicios de ventas por internet. Ventas en pública subasta; distribución de prospectos, directamente o por |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | correo. Relaciones públicas; organización de exposiciones con fines comerciales o publicitarios. Sondeos de opinión; promoción de ventas para terceros; gestión de negocios comerciales y administración comercial; servicios de investigación de mercados. Compilación y sistematización de datos en un computador central. Servicios de contabilidad. Información estadística, elaboración y verificación de estados de cuenta de la clase 35; Registro N°820396 Marca BANCHILE ASESORIA FINANCIERA S.A. Protege servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios, investigaciones de mercado, promociones de ventas para terceros, ventas en pública subasta, servicios de publicidad por todos los medios de difusión y en relación con toda clase de mercancías o servicios; servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; servicios de contabilidad; servicios de estudios de mercado, servicios de selección de personal de la clase 35; Servicios bancarios o prestados por instituciones relacionadas con bancos, servicios de cuentas corrientes bancarias, servicios bancarios en línea, servicios bancarios 24 horas, servicios de pagos en línea, servicios e ahorro e inversiones de toda clase, servicios de tarjetas de crédito y de debito, servicios de pago automáticos de cuentas, ya sea a través de cuentas corrientes o tarjetas de crédito, servicios fiduciarios, agencias de cambio, servicios de compensación; servicios de instituciones de crédito que no sean bancos, servicios prestados en asuntos financieros o monetarios; servicios de trust de inversión y compañías holding; servicios de corredores de valores y bienes (muebles e inmuebles), servicios prestados en relación con la emisión de cheques de viaje y tarjetas de crédito; servicios de alquiler y de leasing; servicios de clearing; servicios de compañía de seguros; servicios de corretaje y liquidadores de toda clase de seguro, servicios de rentas vitalicias, servicios de cobranza judicial, servicios inmobiliarios en general; servicios de factoring, servicios de cobranzas de la clase 36; Registro N°823828 Marca BANCHILE SEGUROS Protege servicios bancarios, financieros y de seguros en general de la clase 36; Registro N°832543 Marca BANCHILE |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | SEGUROS Protege servicios de propaganda o publicidad radiada y televisada; de importación, exportación y representación de todo tipo de productos y artículos; de asesoría en dirección de negocios; de distribución de muestras directamente o por correo, de registro, transcripción, composición, y/o grabación de comunicaciones escritas de la clase 35; Registro N°847563 Marca BANCHILE WEALTH MANAGEMENT Protege Servicios financieros; servicios de seguros; servicios inmobiliarios; negocios monetarios. Asesoria, consultas, e informacion financiera, de seguros, inmobiliaria y monetaria. Servicio de intermediacion y corretaje de toda clase de bienes y servicios. Cotizaciones en bolsa. Fondos de inversion. Operaciones de cambio. Inversion en toda clase de bienes de la clase 36; Registro N°878113 Marca BANCHILE WEALTH MANAGEMENT Protege Publicidad; gestión de negocios; administración comercial; trabajos de oficina, asesoría en la dirección de negocios comerciales y de empresas, servicios de marketing, servicios de venta, exportación e importación de toda clase de productos y por todos los medios. Estudios e investigaciones de mercados y de negocios. Valoraciones en negocios comerciales. Exposiciones con fines comerciales de la clase 35; Registro N°944009 Marca BANCHILE Protege servicios de inversiones de la clase 36; Registro N°951235 Marca GRUPO BANCHILE Protege Administradora de fondos mutuos de la clase 36; Registro N°953182 Marca BANCHILE Protege Servicios prestados por personas u organizaciones cuya finalidad principal es: la ayuda en la explotación o dirección de una empresa comercial, o la ayuda a la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, así como los servicios de establecimientos de publicidad que se encargan, esencialmente, de comunicaciones al público, de declaraciones o de anuncios por todos los medios de difusión y en relación con toda clase de mercancías o de servicios. Comprenden principalmente: los servicios que entrañan el registro, transcripción, composición, compilación, transmisión o sistematización de comunicaciones escritas y de grabaciones, asi como la explotación o compilación de datos matemáticos o estadísticos; los servicios de agencias de publicidad, así como servicios tales como la distribución de prospectos, directamente o |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | por correo, o la distribución de muestras. esta clase puede referirse a la publicidad relativa a otros servicios, tales como los que conciernen a los empréstitos bancarios o la publicidad por radio. de la clase 35; Servicios prestados en los asuntos financieros y monetarios y los servicios prestados en relación con contratos de seguros de todo tipo. servicios en relación con los asuntos financieros o monetarios, es decir: servicios de todos los institutos bancarios o instituciones en relación con ellos, tales como agencias de cambio o servicios de compensación; servicios de institutos de crédito que no sean bancos, tales como asociaciones cooperativas de crédito, compañías financieras individuales, prestamistas, etc.; servicios de los trusts de inversión, de las compañías holding; servicios de corredores de valores y de bienes; servicios de relación con los asuntos monetarios, asegurados por agentes fiduciarios; servicios prestados en relación con la emisión de cheques de viajes y de cartas de crédito. Servicios de administradores de inmuebles, es decir, los servicios de alquiler, de estimación de bienes inmobiliarios o de socios capitalistas. Servicios en relación con los seguros, tales como servicios prestados por agentes o corredores que se ocupan de seguros, los servicios prestados a los aseguradores y a los asegurados y los servicios de suscripción de seguros de la clase 36; Registro N°1231984 Marca BANCHILE LEASING Protege servicios financieros y monetarios, en particular servicios de fondos mutuos, de inversiones, de crédito, de emisión y uso de tarjetas de crédito y debito, de corredores de valores y bienes; de agencias y casas de cambio; de operaciones de cambio y moneda; de transferencia electrónica de fondos; de transacciones electrónicas; de administradoras y enajenadoras de inmuebles y de alquiler de bienes inmuebles. servicios de análisis financiero. consultas en materia financiera, informaciones financieras. peritajes fiscales, valorizaciones fiscales. tasaciones financieras. emisión de bonos de valores. emisión de cheques de viaje, servicios de agencia de aduana; agencia de cobro de deudas; agencia de crédito. servicios de instituciones de crédito que no sean bancos, tales como asociaciones de crédito, compañías financieras individuales y prestamistas; servicios de trust de inversión de las compañías holding y de inversión de fondos. servicios de cajas de pago de jubilaciones, cajas de previsión, servicios |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de administración de fondos de pensiones. administración de capitales; constitución de capitales; inversión de capitales, servicios de ahorro y compañías de seguros. corretaje de seguros. servicios prestados a los aseguradores y a los asegurados y servicios de suscripción de seguros; organización de colectas, servicios de tasaciones de arte y de bienes mueble e inmueble. servicios de alquiler de explotaciones de bienes raíces agrícolas (alquilados o propios). servicios inmobiliarios, servicios de administradoras y enajenadoras de inmuebles y de alquiler de bienes inmuebles. tasaciones inmobiliarias. corretaje de bienes raíces; alquiler de explotaciones agrícolas; arriendo de oficinas y departamentos. servicios fiduciarios de la clase 36; y Registro N°1470438 Marca Banchile Pago Protege asesoría en la dirección de negocios comerciales; asesoría en marketing; servicios de publicidad; compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; ventas a través de internet y catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos de productos de las clases 1 a la 34; administración de programa de fidelización de clientes; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; evaluaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; Servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales de la clase 35; Servicios de gestión de pagos; servicios de administración de pagos; servicios de procesamiento de pagos; tramitación de pagos electrónicos; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas; procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; procesamiento de pagos con tarjetas de cargo; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; gestión financiera de pagos de reembolso para terceros; servicios de procesamiento de pagos con código de descuento de fidelización; procesamiento de pagos para la adición de tiempo de comunicación a servicios inalámbricos de prepago o de pago por uso; servicios de opciones de pagos múltiples mediante terminales electrónicos operados |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | por el cliente, disponibles en locales de tiendas minoristas; tramitación de pagos en concepto de compra de productos y servicios a través de una red electrónica de comunicaciones; procesamiento electrónico de pagos electrónicos mediante una red informática mundial; seguros de protección de compra para pagos efectuados mediante tarjeta de crédito; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; servicios de inversión; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; servicios de tarjetas de crédito y débito; facilitación de becas educacionales, información financiera; servicios bancarios y financieros; valoraciones de negocios de la clase 36.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647457 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de BANCHILE ADMINISTRADORA GENERAL DE FONDOS S.A. | Denominativa | Banchile AGF | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°803233 Marca BANCHILE LEASING Protege Servicios de venta al detalle y al por mayor de productos de todas las clases. Servicios de ventas por internet. Ventas en pública subasta; distribución de prospectos, directamente o por |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | correo. Relaciones públicas; organización de exposiciones con fines comerciales o publicitarios. Sondeos de opinión; promoción de ventas para terceros; gestión de negocios comerciales y administración comercial; servicios de investigación de mercados. Compilación y sistematización de datos en un computador central. Servicios de contabilidad. Información estadística, elaboración y verificación de estados de cuenta de la clase 35; Registro N°820396 Marca BANCHILE ASESORIA FINANCIERA S.A. Protege servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios, investigaciones de mercado, promociones de ventas para terceros, ventas en pública subasta, servicios de publicidad por todos los medios de difusión y en relación con toda clase de mercancías o servicios; servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; servicios de contabilidad; servicios de estudios de mercado, servicios de selección de personal de la clase 35; Servicios bancarios o prestados por instituciones relacionadas con bancos, servicios de cuentas corrientes bancarias, servicios bancarios en línea, servicios bancarios 24 horas, servicios de pagos en línea, servicios e ahorro e inversiones de toda clase, servicios de tarjetas de crédito y de debito, servicios de pago automáticos de cuentas, ya sea a través de cuentas corrientes o tarjetas de crédito, servicios fiduciarios, agencias de cambio, servicios de compensación; servicios de instituciones de crédito que no sean bancos, servicios prestados en asuntos financieros o monetarios; servicios de trust de inversión y compañías holding; servicios de corredores de valores y bienes (muebles e inmuebles), servicios prestados en relación con la emisión de cheques de viaje y tarjetas de crédito; servicios de alquiler y de leasing; servicios de clearing; servicios de compañía de seguros; servicios de corretaje y liquidadores de toda clase de seguro, servicios de rentas vitalicias, servicios de cobranza judicial, servicios inmobiliarios en general; servicios de factoring, servicios de cobranzas de la clase 36; Registro N°823828 Marca BANCHILE SEGUROS Protege servicios bancarios, financieros y de seguros en general de la clase 36; Registro N°832543 Marca BANCHILE |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | SEGUROS Protege servicios de propaganda o publicidad radiada y televisada; de importación, exportación y representación de todo tipo de productos y artículos; de asesoría en dirección de negocios; de distribución de muestras directamente o por correo, de registro, transcripción, composición, y/o grabación de comunicaciones escritas de la clase 35; Registro N°847563 Marca BANCHILE WEALTH MANAGEMENT Protege Servicios financieros; servicios de seguros; servicios inmobiliarios; negocios monetarios. Asesoria, consultas, e informacion financiera, de seguros, inmobiliaria y monetaria. Servicio de intermediacion y corretaje de toda clase de bienes y servicios. Cotizaciones en bolsa. Fondos de inversion. Operaciones de cambio. Inversion en toda clase de bienes de la clase 36; Registro N°878113 Marca BANCHILE WEALTH MANAGEMENT Protege Publicidad; gestión de negocios; administración comercial; trabajos de oficina, asesoría en la dirección de negocios comerciales y de empresas, servicios de marketing, servicios de venta, exportación e importación de toda clase de productos y por todos los medios. Estudios e investigaciones de mercados y de negocios. Valoraciones en negocios comerciales. Exposiciones con fines comerciales de la clase 35; Registro N°944009 Marca BANCHILE Protege servicios de inversiones de la clase 36; Registro N°951235 Marca GRUPO BANCHILE Protege Administradora de fondos mutuos de la clase 36; Registro N°953182 Marca BANCHILE Protege Servicios prestados por personas u organizaciones cuya finalidad principal es: la ayuda en la explotación o dirección de una empresa comercial, o la ayuda a la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, así como los servicios de establecimientos de publicidad que se encargan, esencialmente, de comunicaciones al público, de declaraciones o de anuncios por todos los medios de difusión y en relación con toda clase de mercancías o de servicios. Comprenden principalmente: los servicios que entrañan el registro, transcripción, composición, compilación, transmisión o sistematización de comunicaciones escritas y de grabaciones, asi como la explotación o compilación de datos matemáticos o estadísticos; los servicios de agencias de publicidad, así como servicios tales como la distribución de prospectos, directamente o |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | por correo, o la distribución de muestras. esta clase puede referirse a la publicidad relativa a otros servicios, tales como los que conciernen a los empréstitos bancarios o la publicidad por radio. de la clase 35; Servicios prestados en los asuntos financieros y monetarios y los servicios prestados en relación con contratos de seguros de todo tipo. servicios en relación con los asuntos financieros o monetarios, es decir: servicios de todos los institutos bancarios o instituciones en relación con ellos, tales como agencias de cambio o servicios de compensación; servicios de institutos de crédito que no sean bancos, tales como asociaciones cooperativas de crédito, compañías financieras individuales, prestamistas, etc.; servicios de los trusts de inversión, de las compañías holding; servicios de corredores de valores y de bienes; servicios de relación con los asuntos monetarios, asegurados por agentes fiduciarios; servicios prestados en relación con la emisión de cheques de viajes y de cartas de crédito. Servicios de administradores de inmuebles, es decir, los servicios de alquiler, de estimación de bienes inmobiliarios o de socios capitalistas. Servicios en relación con los seguros, tales como servicios prestados por agentes o corredores que se ocupan de seguros, los servicios prestados a los aseguradores y a los asegurados y los servicios de suscripción de seguros de la clase 36; Registro N°1231984 Marca BANCHILE LEASING Protege servicios financieros y monetarios, en particular servicios de fondos mutuos, de inversiones, de crédito, de emisión y uso de tarjetas de crédito y debito, de corredores de valores y bienes; de agencias y casas de cambio; de operaciones de cambio y moneda; de transferencia electrónica de fondos; de transacciones electrónicas; de administradoras y enajenadoras de inmuebles y de alquiler de bienes inmuebles. servicios de análisis financiero. consultas en materia financiera, informaciones financieras. peritajes fiscales, valorizaciones fiscales. tasaciones financieras. emisión de bonos de valores. emisión de cheques de viaje, servicios de agencia de aduana; agencia de cobro de deudas; agencia de crédito. servicios de instituciones de crédito que no sean bancos, tales como asociaciones de crédito, compañías financieras individuales y prestamistas; servicios de trust de inversión de las compañías holding y de inversión de fondos. servicios de cajas de pago de jubilaciones, cajas de previsión, servicios |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de administración de fondos de pensiones. administración de capitales; constitución de capitales; inversión de capitales, servicios de ahorro y compañías de seguros. corretaje de seguros. servicios prestados a los aseguradores y a los asegurados y servicios de suscripción de seguros; organización de colectas, servicios de tasaciones de arte y de bienes mueble e inmueble. servicios de alquiler de explotaciones de bienes raíces agrícolas (alquilados o propios). servicios inmobiliarios, servicios de administradoras y enajenadoras de inmuebles y de alquiler de bienes inmuebles. tasaciones inmobiliarias. corretaje de bienes raíces; alquiler de explotaciones agrícolas; arriendo de oficinas y departamentos. servicios fiduciarios de la clase 36; y Registro N°1470438 Marca Banchile Pago Protege asesoría en la dirección de negocios comerciales; asesoría en marketing; servicios de publicidad; compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; ventas a través de internet y catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos de productos de las clases 1 a la 34; administración de programa de fidelización de clientes; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; evaluaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; Servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales de la clase 35; Servicios de gestión de pagos; servicios de administración de pagos; servicios de procesamiento de pagos; tramitación de pagos electrónicos; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas; procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; procesamiento de pagos con tarjetas de cargo; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; gestión financiera de pagos de reembolso para terceros; servicios de procesamiento de pagos con código de descuento de fidelización; procesamiento de pagos para la adición de tiempo de comunicación a servicios inalámbricos de prepago o de pago por uso; servicios de opciones de pagos múltiples mediante terminales electrónicos operados |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | por el cliente, disponibles en locales de tiendas minoristas; tramitación de pagos en concepto de compra de productos y servicios a través de una red electrónica de comunicaciones; procesamiento electrónico de pagos electrónicos mediante una red informática mundial; seguros de protección de compra para pagos efectuados mediante tarjeta de crédito; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; servicios de inversión; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; servicios de tarjetas de crédito y débito; facilitación de becas educacionales, información financiera; servicios bancarios y financieros; valoraciones de negocios de la clase 36.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647458 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de BANCHILE CORREDORES DE BOLSA S.A. | Denominativa | Banchile CB | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación a la Solicitud N°1647456 Marca Banchile Asset Management Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas;procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36; Solicitud N°1647457 Marca Banchile AGF Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas; procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36; y Solicitud N°1647492 Marca Banchile Administradora General de Fondos S.A. Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas;procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647459 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de BANCHILE CORREDORES DE BOLSA S.A. | Denominativa | Banchile Corredores | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación a la Solicitud N°1647456 Marca Banchile Asset Management Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas;procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36; Solicitud N°1647457 Marca Banchile AGF Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas; procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36; y Solicitud N°1647492 Marca Banchile Administradora General de Fondos S.A. Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas;procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647462 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de BANCHILE CORREDORES DE BOLSA S.A. | Denominativa | Banchile Corredores de Bolsa S.A. | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación a la Solicitud N°1647456 Marca Banchile Asset Management Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas;procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36; Solicitud N°1647457 Marca Banchile AGF Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas;procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | crédito; servicios de transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36; y Solicitud N°1647492 Marca Banchile Administradora General de Fondos S.A. Protege Asesoría en la dirección de negocios comerciales; servicios prestados por personas u organizaciones en la ayuda, en la explotación o dirección de una empresa comercial o la ayuda en la dirección de negocios o funciones comerciales de una empresa industrial o comercial, información comercial y de negocios; estudios e investigaciones de mercado; asesoría en marketing; servicios de publicidad; administración de programas de fidelización de consumidores; organización de ferias y exposiciones con fines comerciales; servicio de valuaciones de costes, mercado y de marcas; información, evaluación, investigación y peritajes de negocios; valoración de negocios comerciales; servicios de asesoramiento de preparación y realización de transacciones comerciales. Servicios de club y de fidelidad de clientes para propósitos comerciales, de publicidad y de negocios; administración de programas de descuento que permiten a los participantes obtener descuentos en productos y servicios a través del uso de una tarjeta de membresía, administración de programas de fidelización de consumidores; administración y operación de negocios; servicios importación, exportación y de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34; servicios de ventas en línea y por catálogos de productos de las clases 1 a la 34; promoción de venta de productos y servicios de terceros; servicios de publicidad a través de toda clase de medios; publicación de textos publicitarios; producción de películas publicitarios y de programas de televenta; selección de personal, agencia de colocación y consultoría en gestión de personal; compilación de información en bases de datos informáticas; servicios de contabilidad; sondeos de opinión pública, servicios de facturación; organización de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | ferias y exposiciones con fines comerciales y publicitarios; organización de negocios; organización de subastas; servicios de suscripciones a canales de televisión, libros, revistas y diarios (suscripción de servicios de telecomunicaciones y publicaciones periódicas para terceros); ventas en pública subasta, servicios de estimaciones de impuestos y evaluaciones de negocios; mantenimiento de bases de datos en línea en cuanto servicios de gestión informática de archivos; actualización de datos en las bases de datos; análisis de datos comerciales de la clase 35; Servicios financieros, servicios de crédito y préstamo; servicios de ahorro e inversiones, principalmente, apertura y administración de cuentas corrientes, libretas y de cuentas de ahorro, seguros con ahorro, ahorro previsional voluntario; servicios de tarjetas de ahorro, servicios de tarjetas de crédito y de débito; servicios de cajeros automáticos; servicios financieros y suscripción de seguros; servicios de financiamiento y préstamo, con o sin garantías, para todas clase de empresas y emprendimientos; asesorías en materia de inversiones; corretaje de valores; evaluación financiera; patrocinio financiero; procesamiento de pagos electrónicos hechos con tarjetas prepagadas;procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios de pago por billetera electrónica; servicios de pago por monedero electrónico; servicios de tarjetas de crédito y tarjetas de pago; servicios de procesamiento de transacciones de tarjetas de crédito; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; transacciones electrónicas de tarjetas de crédito; servicios de transferencia de dinero; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos por telecomunicaciones; transferencia electrónica de monedas virtuales; cambio de divisas en tiempo real online; Intercambio financiero; operaciones de cambio; operaciones de cambio de cripto activos; operaciones monetarias de cambio; servicio de cambio de divisas; servicios de información de cambio de divisas; transacciones de cambio de divisas y de efectivo; Información y evaluación financiera de la clase 36.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647471 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de COMPUTACION INTEGRAL S.A. | Mixta | SC GLOBAL | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1182680 Marca S&C Protege Pinturas, barnices, lacas; productos antioxidantes y productos para conservar la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | impresores y artistas de la clase 2; Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores de la clase 9; Caucho, gutapercha, goma, amianto, mica; productos de materias plásticas semielaborados; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos de la clase 17; y Registro N°1182681 Marca S&C Protege Aparatos y accesorios eléctricos, no incluidos en otras clases de la clase 9. (Antecedentes en rechazo solicitud N°1517198).<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647501 | Beuchat Barros Y Pfenniger Abogados Limitada, en representación de CASTEX PARTNERS INC. | Denominativa | ZANELLA MOTORI | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra.<br>De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H). Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° **837964**, marca **ZANELLA**, que distingue Motos, motocicletas, ciclomotores, cuatriciclos, kartings, motos |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de agua, motos eléctricas, partes y piezas de motos y bicicletas, de la clase 12.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Se debe tomar en consideración que el consumidor en general observará las marcas en forma separada, y no simultánea, lo que permitirá conocer a través de la impresión o imagen dejada por la una, si esta recuerda la imagen de otra.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647502 | Beuchat Barros Y Pfenniger Abogados Limitada, en representación de CASTEX PARTNERS INC. | Mixta | ZANELLA PITBIKE | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra.<br>De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H). Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° **837964**, marca **ZANELLA**, que distingue Motos, motocicletas, ciclomotores, cuatriciclos, kartings, motos de agua, motos eléctricas, partes y piezas de motos y bicicletas, de la |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clase 12 y al Registro N° **1356519**, marca **PITBIKES**, que distingue Amortiguadores para bicicletas, bombas de aire para neumáticos de bicicleta, cadenas para bicicletas; cámaras de aire para bicicletas, cestas adaptadas para bicicletas, coches de niño; coches para bebés; ejes para bicicletas; estructuras portaequipajes para bicicletas, frenos de bicicleta, frenos de disco hidráulicos, fundas de sillín para bicicletas, guardafangos de bicicleta, llantas para ruedas de bicicleta, manillares de bicicleta, manubrios de bicicleta; neumáticos y cámaras de aire para bicicletas; patinetes; pedales de bicicleta; ruedas de bicicletas; scooters; sillas de paseo; sillines de bicicleta. Bicicletas, triciclos, motobicicletas, motocicletas, motos, de la clase 12.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Se debe tomar en consideración que el consumidor en general observará las marcas en forma separada, y no simultánea, lo que permitirá conocer a través de la impresión o imagen dejada por la una, si esta recuerda la imagen de otra.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647693 | Paulo Francisco Ramos Espinoza | Denominativa | RADIO HOY FM | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación a la Solicitud N°1609727, marca HOY POR HOY, que distingue Difusión de programación de audio y video a través de la Internet; Emisión de programas a través de Internet; radiodifusión; |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Servicios de difusión de programas de radio por internet; Servicios de radiodifusión por internet; transmisión de podcast, de la clase 38; Solicitud N°1617613, marca HOY POR HOY, que distingue foros en línea para transmitir mensajes entre usuarios de ordenador;transmisión de sonido e imagen vía satélite o redes de multimedia interactiva;transmisión por cable;comunicaciones vía transmisiones de radio, telégrafo, teléfono y televisión;servicios de asesoramiento y consultoría sobre operación de equipos de telecomunicación;facilitación de servicios de correo electrónico;servicios de radioemisión (transmisión de información a través de radio);comunicaciones vía terminales informáticas análogas y digitales;servicios de comunicación de banda ancha por radio;radiodifusión;correo electrónico;servicios de transmisión de información vía redes digitales;transmisión de artículos de noticias a agencias de noticias;difusión de programas de televisión contratados por suscripción;transmisión de información vía redes de comunicación electrónica;servicios de transmisión por satélite;servicios de transmisión y recepción de datos vía medios de telecomunicación;difusión de programación de audio y video a través de la internet;facilitación de acceso a un sitio web de música en la internet;servicios de comunicación, en concreto, transmisión electrónica de datos y documentos entre usuarios de ordenadores;transmisión de datos, sonido e imágenes por satélite;servicios de radiotelefonía móvil;emisión de programas a través de internet;transmisión y recepción por radio;servicios de difusión de radio por internet;emisión en continuo de contenidos de audio, visuales y audiovisuales a través de redes informáticas mundiales;facilitación de acceso a la internet;alquiler de líneas de telecomunicación e instalaciones;emisión satelital de televisión;facilitación de líneas de charla utilizando internet;transmisión de sonidos, imágenes, señales y datos por satélite, cable o redes;transmisión de programas de radio y televisión por satélite;transmisión por satélite;difusión de programas de televisión por cable;servicios de difusión de contenidos web;servicios de agencia de noticias para transmisión electrónica;servicios de radiodifusión por internet;alquiler de tiempo de acceso a redes informáticas mundiales;servicios de difusión de televisión y radio;transmisión electrónica de noticias;provisión de foros de discusión |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | (salas de chats) en internet;alquiler de equipo para difusión;difusión de programas de radio y televisión;facilitación de acceso de usuario a internet (proveedores de servicios);servicio de emisión continua de contenido multimedia (streaming), de la clase 38; Registro N°1475912, marca HOY X HOY, que distingue Foros en línea para transmitir mensajes entre usuarios de ordenador; transmisión de sonido e imagen vía satélite o redes de multimedia interactiva; transmisión por cable; comunicaciones vía transmisiones de radio, telégrafo, teléfono y televisión; servicios de asesoramiento y consultoría sobre operación de equipos de telecomunicación; facilitación de servicios de correo electrónico; servicios de radioemisión (transmisión de información a través de radio); comunicaciones vía terminales informáticas análogas y digitales; servicios de comunicación de banda ancha por radio; radiodifusión; correo electrónico; servicios de transmisión de información vía redes digitales; transmisión de artículos de noticias a agencias de noticias; difusión de programas de televisión contratados por suscripción; transmisión de información vía redes de comunicación electrónica; servicios de transmisión por satélite; servicios de transmisión y recepción de datos vía medios de telecomunicación; difusión de programación de audio y video a través de la internet; facilitación de acceso a un sitio web de música en la internet; servicios de comunicación, en concreto, transmisión electrónica de datos y documentos entre usuarios de ordenadores; transmisión de datos, sonido e imágenes por satélite; servicios de radiotelefonía móvil; emisión de programas a través de internet; transmisión y recepción por radio; servicios de difusión de radio por internet; emisión en continuo de contenidos de audio, visuales y audiovisuales a través de redes informáticas mundiales; facilitación de acceso a la internet; alquiler de líneas de telecomunicación e instalaciones; emisión satelital de televisión; facilitación de líneas de charla utilizando internet; transmisión de sonidos, imágenes, señales y datos por satélite, cable o redes; transmisión de programas de radio y televisión por satélite; transmisión por satélite; difusión de programas de televisión por cable; servicios de difusión de contenidos web; servicios de agencia de noticias para transmisión electrónica; servicios de radiodifusión por internet; alquiler de tiempo de acceso a redes |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | informáticas mundiales; servicios de difusión de televisión y radio; transmisión electrónica de noticias; provisión de foros de discusión (salas de chats) en internet; alquiler de equipo para difusión; difusión de programas de radio y televisión; facilitación de acceso de usuario a internet (proveedores de servicios); servicio de emisión continua de contenido multimedia (streaming), de la clase 38;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647728 | SILVA Y CIA. , en representación de Next Retail Limited | Mixta | Cath Kidston | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como signos capaces de distinguir en el mercado productos o servicios, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra C), “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.”.<br>En efecto, la marca solicitada “CATH KIDSTON” corresponde al nombre de una diseñadora, empresaria y autora británica conocida por sus productos con estampados florales nostálgicos estilo “vintage chic” sin que conste su consentimiento para que su nombre sea utilizado como marca comercial. Por tanto, la denominación pedida no cuenta con los |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | requisitos para constituirse como marca registrada mientras no se cumpla con la autorización respectiva otorgada en los términos que lo establece el artículo 7 letra b del reglamento de la ley de propiedad industrial. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647745 | Paul Michael Pollack Jaime | Mixta | HOMETOWN BARBEQUE | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1246227, marca HOMETOWN GOURMET, que distingue Utensilios y recipientes para uso domestico y culinário, de la clase 21; |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647748 | Paul Michael Pollack Jaime | Mixta | FUN TIME WITH ME&YOU | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1305437, marca FUNNY TIME, que distingue Aparatos de culturismo; Aparatos de entrenamiento físico; Aparatos de gimnasia; Aparatos para ejercicios físicos; Balones de juego; |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Balones y pelotas de juego; Bandas elásticas para su uso en ejercicios de acondicionamiento físico; Barras con pesas [pesas de gimnasia]; Barras de equilibrio para gimnasia; Barras fijas para gimnasia; Barras para levantar pesas; Barras paralelas para gimnasia; Bicicletas de juguete para niños que no sean para transporte; Bicicletas estáticas de ejercicio; Camas elásticas; Cintas de correr para el ejercicio físico; Cintas de gimnasia rítmica; Cinturones de halterofilia; Cinturones de levantamiento de pesas (artículos de deporte); Correas de yoga; Cuerdas para raquetas; Equipos de entrenamiento de artes marciales; Guantes (accesorios para juegos); Máquinas para trotar; Pelotas de deporte; Pelotas para deportes; Sacos de boxeo, de la clase 28; Registro N°1305438, marca FUNNY TIME, que distingue Aparatos de culturismo; Aparatos de entrenamiento físico; Aparatos de gimnasia; Aparatos para ejercicios físicos; Balones de juego; Balones y pelotas de juego; Bandas elásticas para su uso en ejercicios de acondicionamiento físico; Barras con pesas (pesas de gimnasia); Barras de equilibrio para gimnasia; Barras fijas para gimnasia; Barras para levantar pesas; Barras paralelas para gimnasia; Bicicletas de juguete para niños que no sean para transporte; Bicicletas estáticas de ejercicio; Camas elásticas; Cintas de correr para el ejercicio físico; Cintas de gimnasia rítmica; Cinturones de halterofilia; Cinturones de levantamiento de pesas (artículos de deporte); Correas de yoga; Cuerdas para raquetas; Equipos de entrenamiento de artes marciales; Guantes (accesorios para juegos); Máquinas para trotar; Pelotas de deporte; Pelotas para deportes; Sacos de boxeo, de la clase 28;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647750 | Paul Michael Pollack Jaime | Mixta | JUST BECAUSE | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1189214, marca JUST BECAUSE BABY, que distingue Cepillos de dientes para aprendizaje gradual; hervidores no eléctricos, hervidores no eléctricos de alimentos |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | para niños, calienta-mamaderas no eléctricos; platos que conservan el calor; cepillos y peinetas; cepillos para el cuidado corporal y su belleza, cepillos para cabello, cepillos de ropa, cepillos limpia-botellas, cepillos de uñas, bacinicas para niños; tiestos para muda de pañales; bañeras para bebes; recipientes y botellas aislantes con doble pared; botellas refrigerantes, cantimploras, accesorios para estos envases, tales como embudos y recipientes para beber, platos y vasos para aprender a comer, de la clase 21;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647841 | Cirilo Teofilo Jara Ramirez | Mixta | BG | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1221225, marca BG, que distingue Artículos de sombrerería; calzado; prendas de vestir, de la clase 25; |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648080 | Francisca Macarena Muse Reyes | Mixta | FRANCA DECOFLOR | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como signos capaces de distinguir en el mercado productos y servicios, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos y/o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro 801719. FRANKA. Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos, con exclusión de los productos de las clases 14, 18 y 25 y servicios; merchandising [comercialización], con exclusión de los productos de las clases 14, 18 y 25; servicios de venta minorista y mayorista de software de aplicaciones, incluido software de comunicación, de redes y redes sociales; organización de eventos, |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | exposiciones, ferias y espectáculos con fines comerciales, de promoción y publicitarios, con exclusión de los productos de las clases 14, 18 y 25; comercialización por internet, con exclusión de los productos de las clases 14, 18 y 25. Clase 35.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible, tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que, al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia que posibilite su coexistencia en el mercado sin riesgo a error o confusión por parte del consumidor en cuanto al origen empresarial de los productos y/o servicios.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648105 | Yunhui Jia, en representación de COMERCIALIZADORA ZHEJIANG SITONG TEXTILE FASHION CO (CHILE) LTDA. | Denominativa | PURE LOVE | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como signos capaces de distinguir en el mercado productos y servicios, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos y/o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro 1303859 Marca PURE Protege Ropa de cama; Ropa de cama y mesa; Ropa de cama y ropa de mesa. de la clase 28.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible, tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que, al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia que posibilite su coexistencia en el mercado sin riesgo a error o confusión por parte del consumidor en cuanto al origen empresarial de los productos y/o servicios.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648110 | Berta Del Carmen González Acevedo | Mixta | El granito frutos secos | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como signos capaces de distinguir en el mercado productos y servicios, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos y/o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra F) No podrán registrarse como marcas las que se presten para inducir a error o engaño respecto de la procedencia, cualidad o género de los productos o servicios, comprendidas aquellas pertenecientes a distintas clases cuyas coberturas tengan relación o indiquen una conexión de los respectivos bienes o servicios.<br>El signo solicitado es inductivo a error o engaño respecto de la verdadera naturaleza de los productos contenidos en su ámbito de protección, por cuanto la marca solicitada contiene la denominación FRUTOS SECOS, y el ámbito de protección solicitado es mucho mas amplio al ser "servicios de tienda de venta al por mayor y al por menor". |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro 1188233 Marca SUPER GRANITO Protege Leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles (margarina, mantequilla), legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, huevos. de la clase 29; Registro 1205178 Marca Granito Protege Vino. de la clase 33; y Registro 1264875 Marca IL GRANITO Protege Café y té; Galletas; Pan y pastelería; Productos de pastelería y repostería; tortas [pasteles]. de la clase 30.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible, tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que, al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia que posibilite su coexistencia en el |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | mercado sin riesgo a error o confusión por parte del consumidor en cuanto al origen empresarial de los productos y/o servicios.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648122 | Hongzhi Huang, en representación de Chaoxian Chen | Mixta | Cremimy | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como signos capaces de distinguir en el mercado productos y servicios, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos y/o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 1473097. Marca CREMI. Protege Alimentos para animales; alimentos para animales de compañía; alimentos para el ganado; alimentos para hámsteres; alimentos para pájaros; animales de zoológico; animales vivos; arena aromática para animales; arena aromática para lechos de animales de compañía; arena higiénica para gatos y animales pequeños; arena para gatos; arena sanitaria para animales; bebidas para animales; bebidas |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | para animales de compañía; comida para animales; comida para gatos; galletas para perros; granos para la alimentación animal; harina de cacahuate para animales; harina de grano de soja [alimentación animal]; harina de linaza para la alimentación animal; harinas para animales; huesos masticables digestivos para perros; huesos masticables para perros; productos alimenticios para animales; productos masticables comestibles para perros; productos para cebar animales; productos para el engorde de animales; productos para la cría de animales; residuos de destilería para la alimentación animal; salvado de arroz [alimentos para animales]; salvado para la alimentación animal; semillas de lino para la alimentación animal; subproductos del procesamiento de cereales para la alimentación animal; sucedáneos de leche para animales. clase 31.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible, tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que, al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | independencia y fisonomía propia que posibilite su coexistencia en el mercado sin riesgo a error o confusión por parte del consumidor en cuanto al origen empresarial de los productos y/o servicios.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648127 | Diego Nicolás Venegas Rubilar, en representación de Jorge Ignacio Saint-jean Hernández | Mixta | Nebula | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como signos capaces de distinguir en el mercado productos y servicios, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos y/o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 1481143. Marca NEVULA. Protege Organización de eventos con fines de entretenimiento; organización de eventos con fines musicales; organización de eventos culturales y artísticos; organización de fiestas con fines de entretenimiento; organización de bailes y fiestas en discotecas; planificación y conducción de fiestas [entretenimiento]; servicios de pinchadiscos para fiestas y eventos especiales; |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | presentación de espectáculos en vivo. clase 41; Solicitud N° 1481143. Marca NEBULA. Protege. facilitación de eventos de ocio; organización de eventos con fines culturales; organización de eventos con fines de entretenimiento. clase 41.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible, tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que, al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia que posibilite su coexistencia en el mercado sin riesgo a error o confusión por parte del consumidor en cuanto al origen empresarial de los productos y/o servicios.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648141 | Eduardo Francisco Latino Fernández Basualto | Mixta | FERTRANS Soluciones Modulares | CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N° 1369196, Marca FERATRANS, Protege Servicios de transporte masivo para el público en general; Servicios logísticos de transporte; Servicios para organizar el transporte |

**Sección M3:**

Observaciones de Fondo

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de viajeros; Suministro de información sobre transporte; Transporte de pasajeros; Transporte de personas y productos; Transporte de viajeros, clase 39.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1636884 | Moises Hernan Castro Toro, en representación de Shenzhen Tuyao Auto Accessories Co., Ltd. | Mixta | AUXITO | |
| 1637663 | Valentina Antonella Venturelli Santa María, en representación de CEC Entertainment Concepts, LP | Denominativa | CHUCK E. CHEESE ADVENTURE WORLD | |
| 1638009 | SILVA Y CIA. , en representación de Juniper Networks, Inc. | Denominativa | MIST | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638098 | María Fernanda Barra Araos | Mixta | MUJER CON RUMBO BY FER BARRA | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 04 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en el artículo 20 letra C), de la Ley N° 19.039, dado el hecho que la marca pedida incorpora el seudónimo de una persona natural y no cuenta con consentimiento dado por ella para su registro. Por tanto, la denominación pedida no cuenta con los requisitos para constituirse como marca registrada mientras no se cumpla con la autorización respectiva otorgada en los términos que lo establece el artículo 7 letra b del reglamento de la ley de propiedad industrial.<br>Que, con fecha 15 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo acompañando declaración jurada, señalando que, la marca pedida corresponde al seudónimo del solicitante, María Fernanda Barra Araos.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado. |

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra C) de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas "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.".<br>Que, corresponde reconsiderar la observación de fondo formulada en autos, fundada en la infracción de los artículos 19 y 20 letra C) de la Ley N° 19.039, toda vez que efectuado un nuevo análisis, se ha podido constatar que el solicitante ha acompañado declaración jurada en la cual se afirma que la marca pedida corresponde al seudónimo del solicitante, María Fernanda Barra Araos.<br>Resuelvo: Se reconsidera la observación de fondo formulada en autos fundada en la prohibición de registro del artículo 20 letra C) en relación al artículo 19 de la Ley 19.039 y se concede la solicitud de registro. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638789 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de ALIMENTOS POLAR COMERCIAL, C.A. | Denominativa | CORINA | Vistos,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 26 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letras H) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1179873, marca CORINA, que distingue Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levaduras, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (con excepción de salsas para ensaladas); especias; hielo, de la clase 30.<br>Que, con fecha 10 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando que el registro base de la diligencia de fondo, se encuentra caduco, por lo que debería reconsiderarse la observación de fondo, y aceptarse a registro la presente solicitud.<br>Considerando:<br>Que, en atención a las causales de irregistrabilidad notificadas, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, respecto al registro N°1179873 invocado como único fundamento de la diligencia de oficio, corresponde reconsiderar la observación de fondo formulada en autos, fundada en la infracción a la letra h) inciso 1° del artículo 20 de la Ley N°19.039, toda vez que dicho registro no se encuentra actualmente vigente, por haber expirado su plazo de duración, al no haber sido renovado de conformidad con el artículo 24 de la Ley 19.039, por lo que no se reúnen los requisitos para tener por configuradas las causales de irregistrabilidad invocadas.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1°, y en el Reglamento de dicha ley, corresponde reconsiderar la observación de fondo, toda vez que no configurándose a su respecto la prohibición de registro observada, se acepta a registro esta solicitud. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638808 | Constanza Brunner Halpern | Mixta | contibrunnerphoto | Visto,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 02 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra c) de la ley N°19.039. En efecto, puede advertirse que la denominación de la marca solicitada contiene lo que parece ser el apodo de una persona que no ha otorgado su consentimiento para que sea utilizado como marca comercial, a saber, “Conti Brunner”. Por tanto, la denominación pedida no cuenta con los requisitos para constituirse como marca registrada mientras no se cumpla con la autorización respectiva otorgada en los términos que lo establece el artículo 7 letra b del reglamento de la ley de propiedad industrial. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>Que, 02 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo, acompañando Declaración Jurada de Autorización de registro de marca, firmada por la solicitante de autos que señala: “Yo, Constanza Brunner Halpern cédula de identidad Nº 13.057.404-1 domiciliada en Av. San Carlos de Apoquindo 695 comuna de Las Condes, declaro que el signo solicitado “Conti Brunner” corresponde a mi apodo (“Conti”) y a mi apellido (“Brunner”)”.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que, de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando |

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos y/o servicios y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, para determinar la concurrencia de las causales de irregistrabilidad aludidas precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que, en relación a lo dispuesto en el artículo 20, letra c). No podrán registrarse como marcas 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).<br>Que, conforme la declaración jurada realizada por la solicitante en su escrito de contestación de la observación de fondo, y lo considerado en el artículo 7 letra b del reglamento de la Ley de Propiedad Industrial, se dan por cumplidos los requisitos establecidos en la Ley para evitar la causal de irregistrabilidad invocada.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra c) y en el Reglamento de dicha ley,<br>Por tanto y de acuerdo a todos los antecedentes expuestos, se resuelve reconsiderar totalmente la observación de fondo y aceptar a registro la marca solicitada. |

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638969 | Patricia Constanza Marambio Gallardo, en representación de Oscar Gonzalo Vallejos Balanda | Mixta | Coffeetime | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 02/03/2026, una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letras e) de la ley N°19.039, por considerar que el signo pedido es descriptivo y carente de distintividad en relación a la cobertura solicitada.<br>Que, con fecha 14/04/2026 el solicitante contestó la observación de fondo señalando que se busca protección sobre un conjunto marcario, que la marca se utiliza efectivamente y goza de reconocimiento en Chile, que la marca pedida es un signo evocativo.<br><br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N°19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los |

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, artículo 20 letra E), de la Ley N°19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse, determina la imposibilidad de registro de: Signos genéricos, que este Instituto ha entendido como aquellos que usan el nombre propio de un producto o servicio para su designación, de modo que coinciden con el término que generalmente identifica dicho producto o servicio; descriptivos o indicativos, que son aquellos que entregan al público consumidor de forma directa o evidente información sobre una o varias características, cualidades u otros antecedentes esenciales que pueden servir para designar las particularidades del producto o servicio de que se trate, tales como su género o naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad; y desprovistos de carácter distintivo, dentro de los cuales se encuentran aquellos términos de utilización común en el mercado y aquellos excesivamente simples o excesivamente extensos, respecto de los cuales el consumidor no podrá asociar un origen empresarial específico y determinado dado que no poseen ninguna capacidad para diferenciar con claridad los productos y/o servicios ofrecidos y/o prestados por una persona de aquellos ofrecidos y/o prestados por otra.<br>Que, para determinar la concurrencia de la causal de irregistrabilidad aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla y que contempla los siguientes cuatro pasos sucesivos y excluyentes, esto es, en caso de concluir que no procede la protección marcaria conforme un criterio, no se prosigue con el siguiente paso: (a) En primer lugar debe atenderse al significado ordinario de las palabras para el público relevante, de acuerdo al sentido o alcance contenido, ya sea en |

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | diccionarios, en ejemplos de uso descriptivo del término o bien que se deduzca claramente del significado común del término. Si conforme este criterio el signo es una indicación apropiada y relevante de la finalidad o función del producto y/o servicio, a lo menos, existe evidencia preliminar de que el signo es descriptivo. (b) En segundo lugar, la prueba de la imaginación, cuya finalidad es medir la relación entre las palabras de la marca y el producto o servicio al que se aplican. De esta forma si un término requiere imaginación, pensamiento y la percepción para llegar a una conclusión en cuanto a la naturaleza de los bienes, esto es, cuando requiere una construcción intelectual adicional, se considera un término evocativo o sugestivo, y podría ser susceptible de protección marcaria. (c) El tercer paso consiste en preguntarse si el signo es necesario para la competencia del mercado relevante, al cual va dirigido el producto o servicio; esto es, establecer si los competidores serían propensos a necesitar los términos utilizados en la marca solicitada para la descripción de sus productos y/o servicios. Así, un término será descriptivo conforme este criterio, si se refiere generalmente a aquellos que los competidores que comercializan productos o servicios similares, encontrarían útiles en la identificación de sus propios bienes o servicios. (d) El último y cuarto paso de este método requiere determinar el grado en que un término ha sido efectivamente utilizado por otros competidores que comercializan un producto o servicio similar. Esto está relacionado con la circunstancia de si los competidores tienen o no, la posibilidad de encontrar una marca útil para describir sus productos o servicios.<br>Que corresponde reconsiderar la observación de fondo formulada en autos, fundada en la infracción de los artículos 19 y 20 letra E) de la Ley N° 19.039, toda vez que efectuado un nuevo análisis, se ha podido constatar que el signo requerido no posee, en este caso en particular, una vinculación exacta ni directa con el pretendido ámbito de protección, tratándose de un conjunto dotado de una estructura idónea para distinguir un determinado origen empresarial, superando con ello una presunta naturaleza descriptiva o carente de distintividad.<br>Resuelvo: Se reconsidera la observación de fondo formulada en autos fundada en la prohibición de registro del artículo 20 letra E) en relación al artículo 19 de la Ley 19.039 y se concede la solicitud de registro, con |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | protección al conjunto y sin protección al término "Coffee" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1640045 | Marisol Alejandra Beytía Auad, en representación de DIONELLY COMERCIO IMPORTACAO E EXPORTACAO DE BRINQUEDOS E ELETRONICOS LTDA | Mixta | DIONELLY | |
| 1641130 | SARGENT & KRAHN, en representación de Las Vegas Sands Corp. | Denominativa | ELITE ACTION ROULETTE | |
| 1641515 | Az Y Compañía , en representación de R&Q Ingeniería S.A. | Denominativa | Sistema R&Q+ | Con protección al conjunto y sin protección al término "Sistema" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1641594 | S P MARK LTDA, en representación de Mikel Zulueta Gredilla | Mixta | ENCORTA | |
| 1641613 | Bastián Alexander Jara Armijo, en representación de Bastián Alexander Jara Armijo y Valentina Graciela Morales Fuentes | Denominativa | Escúchame Primero | |
| 1641902 | ESTUDIO FEDERICO VILLASECA Y CÍA. LTDA., en representación de SANRIO COMPANY, LTD. | Mixta | cinnamoroll | |
| 1642291 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Arqueocat SpA | Mixta | Arqueocat | |
| 1643507 | Ricardo Alexis Valdés Toro, en representación de Ricardo Ignacio Valdés Toledo | Mixta | LA REBELION DE LAS MASAS | Con protección al conjunto. Sin protección a MASAS de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1643841 | Karina Gabriela Morales Palominos, en representación de Karina Gabriela Morales Palominos y Natalia Jael Morales Palominos | Mixta | Maison Velvet | |
| 1643945 | Daniella Vallejos Oliveira | Mixta | Hauska Kettu | |
| 1643972 | HUGO CRISTIÁN ALVAREZ CÁRCAMO,, en representación de Jorge Hernán Véliz Pérez | Mixta | Capital Coffee | Con protección al conjunto. Sin protección a Coffee de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1644060 | Albagli, Zaliasnik & Cía., en representación de Hasbro, Inc. | Denominativa | SORRY! | |
| 1644063 | Albagli, Zaliasnik & Cía., en representación de Hasbro, Inc. | Denominativa | CONNECT 4 | Con protección al conjunto. Sin protección al guarismo 4 de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1644117 | Sylvia Elena Calderón Tejada, en representación de Bresler Oriol Reyes Campos | Mixta | BABY FEST TOALLITAS HUMEDAS | Con protección al conjunto. Sin protección a BABY y a TOALLITAS HUMEDAS de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1644202 | CRISTOBAL PORZIO, en representación de Cooperativa Agrícola Pisquera Elqui Ltda. | Denominativa | ATACAMA JUICE | Con protección al conjunto. Sin protección a JUICE de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039.<br>Que la marca, en virtud de lo dispuesto en el artículo 19 Bis D de la Ley 19.039 confiere a su titular el derecho exclusivo y excluyente para utilizarla en el tráfico económico, para distinguir la cobertura para la que ha sido registrada; sin perjuicio de lo cual el registro de un término geográfico como marca comercial no debiera ser obstáculo para que terceros puedan seguir utilizándolo para indicar la real procedencia de un producto y/o servicio, siempre y cuando ello no sea causa de error o confusión respecto de la procedencia empresarial de los referidos productos y/o servicios a distinguir. |
| 1644351 | Daniel Rogger Damián Asencio Macías, en representación de IKNOTA SPA | Mixta | IKNOTA | |
| 1644435 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de Daimler Truck AG | Denominativa | SETRA | |
| 1644780 | Az Y Compañía , en representación de DERCO SPA | Mixta | derco | |
| 1644841 | Valentina Antonella Venturelli Santa María, en representación de POCHTECA CHILE S.A. | Denominativa | PT-DUST | Con protección al conjunto. Sin protección a DUST de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1644853 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Megapallet Limitada | Mixta | Megapallet | Con protección al conjunto. Sin protección al segmento pallet de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1645016 | Luis Felipe Claro Swinburn, en representación de Servicios Marítimos y Transportes Limitada | Denominativa | SERVANTIS | |
| 1645017 | Luis Felipe Claro Swinburn, en representación de Servicios Marítimos y Transportes Limitada | Denominativa | EXOP | |
| 1645018 | Luis Felipe Claro Swinburn, en representación de Servicios Marítimos y Transportes Limitada | Denominativa | SEGOP | |
| 1645150 | Karina Paz Del Carmen Astudillo Rivera, en representación de Karina Paz Del Carmen Astudillo Rivera y María Luisa Salazar Salazar | Mixta | Senha | Con protección al conjunto. Sin protección al resto de los caracteres insertos en la etiqueta de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1645463 | Sebastián Ignacio Escudero Parada, en representación de Legal Prisma SpA | Mixta | Prisma ConTax | Con protección al conjunto. Sin protección a Tax de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1645672 | Nicolás Ricardo Abdala Ready, en representación de MANDOMEDIO.COM | Mixta | haypega.com | Con protección al conjunto y sin protección al término ".com" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1645742 | MIÑO GESTION, en representación de Francisca Belén Chamorro Cuadra | Mixta | DOCTORA DIENTE | Con protección al conjunto. Sin protección al resto de los caracteres insertos en la etiqueta de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1645842 | Sebastián Felipe Moraga Nazar, en representación de FUNDACIÓN CIUDAD DEL NIÑO | Mixta | Espacio TAN! Fundación Ciudad del Niño | Con protección al conjunto y sin protección al término "Fundación" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1646151 | Marco Alberto Gori Bouillet | Mixta | FERTOBUG | |
| 1646152 | Marco Alberto Gori Bouillet | Mixta | FERTODRONE | |
| 1646196 | Paola Andrea Cabezas Zúñiga, en representación de BLANCO Y NEGRO S.A. | Denominativa | Centenar100 | |
| 1646197 | Paola Andrea Cabezas Zúñiga, en representación de BLANCO Y NEGRO S.A. | Denominativa | Centenar100 | |
| 1646198 | Paola Andrea Cabezas Zúñiga, en representación de BLANCO Y NEGRO S.A. | Denominativa | Centenar100 | |
| 1646204 | Guillermo Andrés Núñez Stuardo | Mixta | MBM Mining Bull Machine | Con protección al conjunto y sin protección al término "Mining Machine " individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1646219 | María Alejandra Mercedes Mercado Reyes | Denominativa | Pasión Peruana | Con protección al conjunto y sin protección al término "peruana" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1646226 | Cristian Andrés Silva Cerda, en representación de ECOSISTEMAS DE CHILE LIMITADA | Mixta | Ecosistemas Global | Con protección al conjunto y sin protección a los términos que componen la marca pedida individualmente considerados de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1646264 | SILVA ABOGADOS , en representación de PRODEIM IMPORTADORA SPA | Denominativa | CDN | |
| 1646266 | SILVA ABOGADOS , en representación de PRODEIM IMPORTADORA SPA | Denominativa | CDN | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1646282 | Rodrigo Ignacio Jara González, en representación de JAYA SpA | Mixta | JAYA HVAC - SERVICES | Con protección al conjunto y sin protección a los términos " HVAC y Services" individualmente considerados de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1646356 | Natalia Andrea Meza Naranjo, en representación de Juan Carlos Bozzo Quintana | Mixta | INTERLUDIO CAFÉ DE ESPECIALIDAD | Con protección al conjunto. Sin protección a CAFÉ DE ESPECIALIDAD de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1646357 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Sociedad Deportiva Numancia y Cia Ltda | Mixta | NUMANCIA SPORTS VALPARAÍSO | Que la marca, en virtud de lo dispuesto en el artículo 19 Bis D de la Ley 19.039, confiere a su titular el derecho exclusivo y excluyente para utilizarla en el tráfico económico, para distinguir la cobertura para la que ha sido registrada; sin perjuicio de lo cual el registro de un término geográfico como marca comercial no debiera ser obstáculo para que terceros puedan seguir utilizándolo para indicar la real procedencia de un producto o servicio, siempre y cuando ello no lleve a error o confusión respecto de la procedencia empresarial de los servicios a distinguir. |
| 1646560 | Amara Belén Rojas Castillo, en representación de Embotelladora colonial spa | Mixta | Hidraok | |
| 1646591 | Yonathan Nicolás Rubio Sandoval | Denominativa | YR Contabilidad | Con protección al conjunto y sin protección a "CONTABILIDAD" en forma aislada, en conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1646724 | Daslav Iván Maslov Igor, en representación de MASLOV SPA | Mixta | Más cerca de lo que crees | |
| 1646800 | SARGENT & KRAHN, en representación de CERVECERA CCU CHILE LTDA. | Denominativa | 504 | |
| 1646837 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de DSP CONSULTORIA SPA | Mixta | DSP CONSULTORIA | Con protección al conjunto y sin protección al término "CONSULTORIA" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1646953 | Dellafiori Abogados Spa, en representación de Shandong Mingyu Heavy Industry Machinery Co., Ltd. | Mixta | MINGYU | |
| 1646974 | Andrea Paola Morales Ortiz, en representación de M&H SPA | Mixta | COREALOVE | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "COREA" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1646992 | Luis Alfonso Montoya Núñez, en representación de Fabiana Maried Dik Gonzalez | Denominativa | SAF SIRIA ARABIAN FOOD | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “SIRIA ARABIAN FOOD” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647002 | Claudio Alex Muñoz Villavicencio, en representación de Logistic Tools Limitada | Denominativa | Vast Forest | |
| 1647015 | Vannia Alexandra Jáuregui Tirado, en representación de IDMtech | Mixta | IDMtech Impulsando la minería con innovación | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “minería” e “innovación” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647030 | FINCORP SpA, en representación de Recursos Humanos Limitada | Mixta | CAPTEC | |
| 1647031 | FINCORP SpA, en representación de Recursos Humanos Limitada | Mixta | RHseguridad | Con protección al conjunto y sin protección al término "seguridad" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647032 | Fernando Adrián Méndez Muñoz, en representación de FEM INVERSIONES SPA | Denominativa | Mombina | |
| 1647033 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de PEQUI INDÚSTRIA E COMÉRCIO DE ESCOVAS LTDA ME | Mixta | Pequi ESCOVAS INDUSTRIAIS | Con protección al conjunto y sin protección a los términos "ESCOVAS INDUSTRIAIS" individualmente considerados de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647035 | Estudio Carey Limitada Null Null, en representación de Rogelio Arturo Enriquez Palma | Denominativa | PREDATOR | |
| 1647036 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de COMERCIALIZADORA ABUGOCH SPA | Mixta | Sensitel | |
| 1647037 | Estudio Carey Limitada Null Null, en representación de Rogelio Arturo Enriquez Palma | Denominativa | TDK MACHINERY | Con protección al conjunto y sin protección al término "MACHINERY" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647050 | Osvaldo Alejandro Díaz Vargas, en representación de Constructora Kadan SpA | Denominativa | KADAN | |
| 1647082 | Moises Hernan Castro Toro, en representación de 52TOYS DEVELOPMENT CO., LTD. | Mixta | LAPLLY | |
| 1647083 | Mauricio Osvaldo Leiva Sandoval, en representación de COMERCIALIZADORA CASTILLO DE DULCES SpA | Mixta | PALACIO DE LOS DULCES | Con protección al conjunto y sin protección al término "DULCES" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647085 | Mauricio Osvaldo Leiva Sandoval, en representación de COMERCIALIZADORA CASTILLO DE DULCES SpA | Mixta | IMPERIO DE LOS DULCES | Con protección al conjunto y sin protección al término "DULCES" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647086 | Moises Hernan Castro Toro, en representación de 52TOYS DEVELOPMENT CO., LTD. | Mixta | LAPLLY | |
| 1647092 | ALESSANDRI & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de Netflix Studios, LLC | Denominativa | LAS GUERRERAS K-POP | |
| 1647094 | Estudio Carey Limitada , en representación de Bayer Aktiengesellschaft | Denominativa | HUSKIE | |
| 1647101 | ALESSANDRI & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de Netflix Studios, LLC | Denominativa | LAS GUERRERAS K-POP | |
| 1647159 | Rodrigo Javier Marre Grez, en representación de Kiwi Spa | Mixta | V | |
| 1647215 | René Sergio Huaiquimil Santander | Mixta | ESCUELA DE KARATE AMERICANO M.A.S.S. MARCIALIDAD ACTITUD SEGURIDAD SALUD | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “ESCUELA DE KARATE AMERICANO” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647217 | Francisco Javier Valdés Andana | Mixta | KHALFRA SPA. INGENIERÍA & CONSTRUCCIÓN | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “SPA.” e “INGENIERÍA & CONSTRUCCIÓN” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647222 | Cesar Leonardo Garrido Dinamarca | Mixta | Bodega CGD | Con protección al conjunto y sin protección al término "Bodega" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647224 | Iván Carlos Oñat Zamora, en representación de Productos Alimenticios Vany Limitada | Denominativa | MAÍZSÍ | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "MAÍZ" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647230 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Patricia Marta Corvalán Andrade | Mixta | Farmacia gaete | Con protección al conjunto y sin protección a las demás palabras insertas en la etiqueta de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647235 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de COMERCIALIZADORA DICOVAL LTDA | Mixta | Comercializadora Dicoval | Con protección al conjunto y sin protección al término "Comercializadora" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647236 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de SOCIEDAD FARMACEUTICA ALCOR SPA | Mixta | Farmacia Perfumería San Agustín | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “Farmacia Perfumería” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647240 | Ignacio Alejandro Lee Matamala | Denominativa | Ola Brownie | Con protección al conjunto y sin protección al término "Brownie" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647241 | Cristian Ignacio Alliende Brito | Denominativa | colegio antilen | Con protección al conjunto y sin protección al término "colegio" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647244 | María Jesús Domínguez Larraín | Denominativa | Lumiere Design | Con protección al conjunto y sin protección al término "Design" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647254 | Clara Maribel Acuña Marín, en representación de comercial egon spa | Denominativa | Odea Tour | Con protección al conjunto y sin protección al término "Tour" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647257 | Hugo Alfonso Alarcón Méndez, en representación de CLUB DE LA REPÙBLICA | Mixta | CONFEDERACION MASONICA INTERAMERICANA CMI | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “CONFEDERACION MASONICA INTERAMERICANA” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647267 | Diaz Donoso & Cia. SPA , en representación de PRODUCTOS CAVE S.A. | Denominativa | CAVE STONE | Con protección al conjunto y sin protección al término "STONE" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647268 | Diaz Donoso & Cia. SPA , en representación de PRODUCTOS CAVE S.A. | Denominativa | CAVE STONE | |
| 1647272 | David Alejandro Herrera Vega, en representación de CLUB DEPORTIVO CLUB DEPORTES RENGO | Mixta | Club Deportivo Deportes Rengo | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “Club Deportivo” y “Deportes” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647275 | Diaz Donoso & Cia. SPA , en representación de PRODUCTOS CAVE S.A. | Denominativa | CAVE STONE | |
| 1647279 | SILVA Y CIA. , en representación de GREENEX SPA | Mixta | DIAMOND FRUITS GREENEX NATURALLY FRESH | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “FRUITS” y “NATURALLY FRESH” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647281 | SILVA Y CIA. , en representación de GREENEX SPA | Mixta | GOLDEN KOI GREENEX NATURALLY FRESH | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “NATURALLY FRESH” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647283 | SILVA Y CIA. , en representación de GREENEX SPA | Mixta | LOICA PREMIUM FRUITS | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “PREMIUM FRUITS” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647288 | Yony Osvaldo Villagra Valdebenito | Mixta | Constructora Villagra Tu elección, nuestra construcción | Con protección al conjunto y sin protección al término "Constructora" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647292 | SILVA Y CIA. , en representación de GREENEX SPA | Mixta | GREENEX NATURALLY FRESH SIGNATURE COLLECTION DIAMOND FRUITS | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “NATURALLY FRESH” y “FRUITS” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647302 | Pedro Francisco Sazo Lagunas, en representación de Rodolfo Harwardt Rabenko | Denominativa | LOS COLONOS DE PUERTO OCTAY | Que la marca, en virtud de lo dispuesto en el artículo 19 Bis D de la Ley 19.039 confiere a su titular el derecho exclusivo y excluyente para utilizarla en el tráfico económico, para distinguir la cobertura para la que ha sido registrada; sin perjuicio de lo cual el registro de un término geográfico como marca comercial no debiera ser obstáculo para que terceros puedan seguir utilizándolo para indicar la real procedencia de un producto y/o servicio, siempre y cuando ello no sea causa de error o confusión respecto de la procedencia empresarial de los referidos productos y/o servicios a distinguir. |
| 1647322 | Raúl Andrés Dell'oro Palma, en representación de Dell'Oro Abogados SpA | Denominativa | Dell'Oro Abogados | Con protección al conjunto y sin protección al término "Abogados" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647323 | Pedro Francisco Sazo Lagunas, en representación de Rodolfo Harwardt Rabenko | Denominativa | LOS COLONOS DE PUERTO OCTAY | Que la marca, en virtud de lo dispuesto en el artículo 19 Bis D de la Ley 19.039 confiere a su titular el derecho exclusivo y excluyente para utilizarla en el tráfico económico, para distinguir la cobertura para la que ha sido registrada; sin perjuicio de lo cual el registro de un término geográfico como marca comercial no debiera ser obstáculo para que terceros puedan seguir utilizándolo para indicar la real procedencia de un producto y/o servicio, siempre y cuando ello no sea causa de error o confusión respecto de la procedencia empresarial de los referidos productos y/o servicios a distinguir. |
| 1647325 | Juan Eyzaguirre Valenzuela | Denominativa | Juan Coach Point | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “Coach Point” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647332 | Paula Renata Copaira Rojas, en representación de Dell'Oro Abogados SpA | Mixta | Dell'Oro Abogados | Con protección al conjunto y sin protección al término "Abogados" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647339 | Beuchat, Barros & Pfenniger , en representación de IMPORTADORA FULL HOCKEY SPA | Denominativa | FULL HOCKEY | Con protección al conjunto y sin protección al término "HOCKEY" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647344 | Beuchat, Barros & Pfenniger , en representación de IMPORTADORA FULL HOCKEY SPA | Denominativa | FULL HOCKEY | Con protección al conjunto y sin protección al término "HOCKEY" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647349 | Beuchat Barros Y Pfenniger Abogados Limitada, en representación de TERMOCHEMICAL LATINAMERICA S.A. | Denominativa | TERMOWEARING FLEX WEAR | |
| 1647351 | Paula Renata Copaira Rojas, en representación de Dell'Oro Abogados SpA | Mixta | Dell'Oro Abogados | Con protección al conjunto y sin protección al término "Abogados" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647352 | Beuchat Barros Y Pfenniger Abogados Limitada, en representación de TERMOCHEMICAL LATINAMERICA S.A. | Denominativa | TERMOWEARING FLEX WEAR LIQUID | Con protección al conjunto y sin protección al término "LIQUID" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647358 | Beuchat, Barros & Pfenniger , en representación de IMPORTADORA FULL HOCKEY SPA | Denominativa | FULL HOCKEY | Con protección al conjunto y sin protección al término "HOCKEY" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647366 | SOCIEDAD DE PROFESIONALES FULL MARCAS & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de ELÍAS ANDRÉS MADUEÑO DÍAZ | Mixta | OT OTOSHI TEPPANYAKI – BAR – RESTAURANTE | Con protección al conjunto y sin protección a las palabras “OTOSHI TEPPANYAKI – BAR – RESTAURANTE” individualmente consideradas de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647367 | Tamara Francisca Huichal Silva, en representación de MONTURAQUI SPA | Denominativa | MONTURAQUI SPA | Con protección al conjunto y sin protección al término "SPA" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647373 | José Pedro Urresti Wong, en representación de Importiva SpA | Mixta | Importiva SpA | Con protección al conjunto y sin protección al término "SpA" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647374 | SOCIEDAD DE PROFESIONALES FULL MARCAS & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de RICARDO JOSE MENDOZA TORRES | Mixta | RICOFFEE | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "coffee” individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647378 | Bélgica Katherine Martínez Abarzúa | Denominativa | punto carnes, fina selección | Con protección al conjunto. Sin protección a carnes y a fina selección de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647382 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Bellaco Técnica S.R.L. | Mixta | BELLACO | |
| 1647387 | Francisco José Vladimir Mogrovejo Leiva, en representación de UNCENSORED SPA | Mixta | UNCENSORED INDUSTRY | Con protección al conjunto. Sin protección a INDUSTRY de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647388 | César Edgardo Lannefranque Arias, en representación de Farmastrats SpA | Denominativa | TRAZOREL | |
| 1647403 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Christian Andrés Bravo Burgueño | Mixta | Doctor Asado | Con protección al conjunto. Sin protección a Asado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647408 | Franmar Marquez Alfonzo Hernandez | Denominativa | Goldd Terra | |
| 1647415 | Claudio Andre Carrasco Vera | Mixta | CITECMA Centro de Investigación y Tecnología en Medio Ambiente | Con protección al conjunto. Sin protección a Centro de Investigación y Tecnología en Medio Ambiente de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647418 | TE AYUDO CON TU PYME LIMITADA, en representación de SERVICIOS YOR SpA | Mixta | YOR | |
| 1647422 | Cristóbal Alejandro Hernández Lorca, en representación de Manquehue Norte SpA | Denominativa | Mr.Check | Con protección al conjunto. Sin protección a Check de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647429 | Prestaciones y Asesoria Juridica Patmark Limitada, en representación de BOTAS ESTABLO SA DE CV | Denominativa | Establo | |
| 1647436 | Estudio Carey Limitada , en representación de Bayer Aktiengesellschaft | Denominativa | TELOCIN | |
| 1647437 | Estudio Carey Limitada , en representación de Bayer Aktiengesellschaft | Denominativa | PODEROL | |
| 1647438 | Sebastián Andrés Blanco Morales | Mixta | K Ketchup Burgers | Con protección al conjunto. Sin protección a Ketchup y a Burgers de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647440 | Carlos Daniel Navarro Cabello | Mixta | NC3 CIVIL | |
| 1647441 | CRISTOBAL PORZIO, en representación de Mangueplast Indústria de Mangueiras LTDA | Mixta | MANGUEPLAST MANGUEIRAS | Con protección al conjunto. Sin protección a MANGUEIRAS de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647444 | SOCIEDAD DE PROFESIONALES FULL MARCAS & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de MAXIMILIANO ANGELUCCI | Mixta | SUVANZA INNOVACIÓN & CALIDAD | Con protección al conjunto. Sin protección a INNOVACIÓN & CALIDAD de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647447 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de COMPUTACION INTEGRAL S.A | Mixta | 3W | Con protección al conjunto y sin protección al guarismo 3 aisladamente considerado, en conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647449 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de COMPUTACION INTEGRAL S.A | Mixta | CINTEGRAL Computación Integral Todo un mundo en tecnología | Con protección al conjunto. Sin protección a Computación, Integral y tecnología de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647452 | Constanza Teresa Poller Aguilera | Denominativa | Perrizo | |
| 1647453 | Waleska Paula Nannig Jara, en representación de Confecciones y diseño Carpe Diem SpA | Mixta | MV MARIA VALESKA | |
| 1647455 | Dilmer Alania Villanueva | Denominativa | TEKA IMPERIO | |
| 1647465 | Ricardo Abraham Vera Donoso | Denominativa | Dolce Moritas | |
| 1647466 | ASESORIAS SCHUSTERDAUTOR LIMITADA, en representación de Álvaro Andrés Román Schuster | Denominativa | Mikis | |
| 1647467 | Fernando Nicolás Ruz Céspedes | Mixta | Doña Isidora COLMENARES | Con protección al conjunto. Sin protección a COLMENARES de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647468 | Francisco José Rodríguez Raffo, en representación de REVER SpA | Mixta | RUNPRIX | |
| 1647469 | Maximiliano Andrés Ortiz De Zárate Montenegro, en representación de Proyectos Tecnologicos y Domotica SPA | Denominativa | Koz Agrotech | Con protección al conjunto. Sin protección a los segmentos Agro y tech de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647470 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA Vamos Contigo | |
| 1647472 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA Vamos Contigo | |
| 1647473 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA Travel | Con protección al conjunto y sin protección al término "travel" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647474 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA Travel | Con protección al conjunto y sin protección al término "travel" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647476 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA | |
| 1647477 | Víctor Alejandro Sánchez García | Denominativa | VALIANT BULL | |
| 1647479 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "Grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647480 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "Grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647483 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA | |
| 1647484 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "Grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647495 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647496 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647499 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA | |
| 1647500 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647503 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647504 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA | |
| 1647506 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Mixta | TABSA | |
| 1647507 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647508 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647509 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Mixta | TABSA | |
| 1647510 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647511 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "GRUPO" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647512 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Mixta | TABSA | |
| 1647516 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "GRUPO" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |
| 1647518 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "GRUPO" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647520 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Mixta | TABSA | |
| 1647522 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647523 | Isidora Correa García, en representación de Agrícola y Exportadora Bridge SpA | Denominativa | Agrícola y Exportadora Bridge | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "AGRÍCOLA Y EXPORTADORA" en forma aislada, en conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647525 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647526 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Denominativa | TABSA | |
| 1647536 | DLA Piper, en representación de Transbordadora Austral Broom S.A. | Mixta | TABSA | |
| 1647538 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647539 | Andrés Felipe Suzarte Gárate, en representación de Nicolás Alberto Sandoval Jaramillo | Denominativa | Zoonex | |
| 1647540 | Isidora Correa García, en representación de Agrícola y Exportadora Don Otto SpA | Denominativa | Agrícola y Exportadora Don Otto | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "AGRÍCOLA Y EXPORTADORA" en forma aislada, en conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647542 | Raúl Alexander Gatica Yáñez, en representación de Raúl Alexander Gatica Yáñez, Raúl Orlando Ledesma Maldonado y Alejandro Javier Veas Araya | Mixta | Xtrae | |
| 1647543 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | CAP | |
| 1647551 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647553 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647556 | Diego Aníbal Vásquez Ruiz | Mixta | ¡EL TITANIC! DE ANÍBAL RESTAURANTE · MARISQUERÍA | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "RESTAURANTE MARISQUERÍA" en forma aislada, en conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647559 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647561 | Guerrero Olivos Limitada , en representación de CAP S.A. | Mixta | GRUPO CAP | Con protección al conjunto y sin protección al término "grupo" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647588 | FINCORP SpA, en representación de Julio César Espinoza Buitron | Mixta | ACOELEC | |
| 1647615 | Rodrigo Alfonso Salamanca Palacios, en representación de Nereus SpA | Denominativa | ZLINK | |
| 1647673 | Francisca María Massuh Ruedlinger, en representación de Francisco José Leitao López | Denominativa | Workyfi | |
| 1647697 | Diego Andrés Olguín Arévalo, en representación de COMERCIALIZADORA AREZZO SpA | Denominativa | Frezto | |
| 1647707 | Yerka Alexandra Luksic Romero | Mixta | QUO VADIS JOYERIA FINA | Con protección al conjunto y sin protección al término "JOYERIA FINA" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647718 | Pedro Luis Trigo Castillo | Mixta | PETER MEET | |
| 1647719 | COVARRUBIAS & COMPAÑÍA ABOGADOS SPA , en representación de ARESTI CHILE WINE S.A. | Denominativa | Relatos de Valpa | |
| 1647721 | Miguel Jesús Maza Valenzuela, en representación de CONSTRUCTORA MADRIGAL SPA | Mixta | Constructora Madrigal | Con protección al conjunto y sin protección al término "Constructora" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647723 | SARGENT & KRAHN, en representación de CODA SPA | Mixta | RANA SKINCARE BUT MAKE IT... | Con protección al conjunto y sin protección al término "SKINCARE" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647732 | Rogers Edward Astete Parraguez, en representación de Grupo Bimbo, S.A.B. de C.V. | Denominativa | TIA ROSA Los nachos al más puro estilo mexicano | |
| 1647735 | Rogers Edward Astete Parraguez, en representación de GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V. | Denominativa | TAKIS BUCKIN' RANCH | |
| 1647746 | Paul Michael Pollack Jaime | Mixta | BOW WOW PALS | |
| 1647749 | Paul Michael Pollack Jaime | Mixta | VALENTINE XOXO'S | |
| 1647751 | Paul Michael Pollack Jaime | Mixta | CLEAN TOUCH | Con protección al conjunto y sin protección al término "CLEAN" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647757 | Rogers Edward Astete Parraguez, en representación de GRUPO BIMBO, S.A.B. DE C.V. | Denominativa | RAYITA ENAMORADA | |
| 1647758 | Paulina Andrea Arzola Hernández | Mixta | Concevet | |
| 1647768 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Germán Leonardo Mena Cornejo | Mixta | ABV ARENA BEACH VOLLEY | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "BEACH VOLLEY" en forma aislada, en conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647778 | Sebastián Enrique Rodrigo González, en representación de Editorial Siriza Agaria SpA | Mixta | Siriza Agaria | |
| 1647779 | Juan Antonio Donoso Lizana | Denominativa | Agricola Las Nubes | Con protección al conjunto y sin protección a "AGRÍCOLA" en forma aislada, en conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1647783 | Diego Andrés Mendoza Villegas | Mixta | Eclipzados de Chile | Con protección al conjunto y sin protección a los términos "de Chile" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647784 | Antoine Philippe Hernández Espinoza | Mixta | Dlaroca | |
| 1647804 | Paloma Paz Ávila Barrera | Denominativa | Copilotos del fin del mundo | |
| 1647806 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Comercial J&L Araya Spa | Mixta | Jaraya | |
| 1647809 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Millaray Beatriz Margarita González Toriello | Denominativa | Lumbral | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647812 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Valeria Alejandra Parra Rojas | Mixta | Olipa Book Club | Con protección al conjunto y sin protección a los términos "BOOK CLUB" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647817 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Servicio eléctrico electrónico automatización y control spa | Denominativa | Seeac | |
| 1647824 | ARGARAVI Procuradores Limitada, en representación de Sahar Nasser Nazar | Mixta | CHAO WARMA | |
| 1647825 | Ignacio Andrés Álamos Domínguez, en representación de Inmobiliaria e Inversiones Doña Noemi Ltda | Denominativa | Inversión Fácil By Lecaros Group | Con protección al conjunto y sin protección a los términos "Inversión Fácil" y "Group" individualmente considerados de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647826 | ARGARAVI Procuradores Limitada, en representación de Sahar Nasser Nazar | Mixta | Chao Warma | |
| 1647836 | Luis Lorenzo Estay Parra | Mixta | LOS PONYS | Con protección al conjunto y sin protección al resto de los términos contenidos en la etiqueta individualmente considerados de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647842 | Priscilla Fernanda Sapiain Astudillo | Denominativa | Masajes en Rosa | Con protección al conjunto y sin protección al término "Masajes" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647843 | Mónica Denisse Mierzejewski Lafferte, en representación de Petrigeo SpA | Denominativa | Petrigeo | |
| 1647844 | Anahi Noemí Franco Arredondo | Mixta | Jamlú Studio | Con protección al conjunto y sin protección al término "Studio" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647848 | César Edgardo Lannefranque Arias, en representación de TRADEMEDICAL CHILE SPA | Denominativa | ENZYCORE | |
| 1647849 | César Edgardo Lannefranque Arias, en representación de TRADEMEDICAL CHILE SPA | Denominativa | REVOLORÉ | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1647850 | Eduardo Fernando Rodrigo Vegas Vegas | Denominativa | elquiparaiso | |
| 1647851 | Claudia Andrea Miranda Zúñiga | Mixta | libreazul | |
| 1647854 | Yunjiao Zhang, en representación de IMPORTADORA Y EXPORTADORA J.J. SOCIEDAD ANONIMA | Mixta | dromedar | |
| 1647855 | Oscar Eduardo Mayerovich Linnebrink | Mixta | Tilo Alto Avícola | Con protección al conjunto y sin protección al término "Avícola" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1647858 | Luis Felipe Claro Swinburn, en representación de Apple Inc. | Denominativa | PRORES | |
| 1647867 | Mauro Dellafiori Albala, en representación de GOLDEN CRUNCH DOG SPA | Mixta | GOLDEN CRUNCH DOG | |
| 1647872 | Luis Fernando Pillco Cedeño, en representación de Chongqing Shineray Motorcycle Co., Ltd. | Mixta | Binsen | |
| 1648070 | Jared Benjamín Miranda Muñoz | Mixta | GEOISOTECH | Con protección al conjunto. Sin protección al resto de los caracteres insertos en la etiqueta de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648072 | Walter Ernesto Waymann Becerra | Mixta | DOBO Planta una idea | |
| 1648078 | Daniela Andrea Navarro Solís | Denominativa | Sandia Lab | |
| 1648081 | Carolina Paz Fernández Anrique, en representación de Little Hands SpA | Denominativa | Little Hands Chile | Con protección al conjunto y sin protección al término "CHILE" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648083 | Samuel Enrique Zurita Inostroza | Denominativa | Centro Cultural Bandera 1001 | Con protección al conjunto y sin protección a los términos "Centro Cultural" individualmente considerados de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648085 | Adriana Del Valle Gomez Gimenez, en representación de TRIAMOTO SPA | Denominativa | TRIAMOTO | Con protección al conjunto y sin protección al segmento "MOTO" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648088 | Patricio Alejandro Vargas Bustos, en representación de INVERSIONES PROMOTIVA SPA | Denominativa | Club Burdel | Con protección al conjunto y sin protección al término "CLUB" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648089 | Beuchat Barros Y Pfenniger Abogados Limitada, en representación de NJORD CAPITAL SPA | Mixta | UPILOT BY UPCAP | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648090 | Beuchat Barros Y Pfenniger Abogados Limitada, en representación de NJORD CAPITAL SPA | Mixta | UPILOT BY UPCAP | |
| 1648091 | Beuchat Barros Y Pfenniger Abogados Limitada, en representación de NJORD CAPITAL SPA | Mixta | UPILOT BY UPCAP | |
| 1648092 | Ricardo Antonio Melgarejo Altura, en representación de GESTOP CHILE SPA | Mixta | G | |
| 1648096 | Andrés Anselmo Aguayo Díaz, en representación de Dinka Orhanovic Asem | Denominativa | DINKA ORHANOVIC | |
| 1648098 | Renzo Genaro Serri Córdova, en representación de COMERCIALIZADORA SERGIO ALEJANDRO VASQUEZ E.I.R.L | Mixta | Mf Maleza Fiel | |
| 1648100 | Javier Andrés Undurraga Breitling, en representación de Importadora y Comercializadora Cora SpA | Denominativa | AYMA | |
| 1648104 | ASESORIAS ALPHA PRIMA LIMITADA , en representación de María Luz Lucero Bascuñán | Mixta | LUZ GRES | Con protección al conjunto y sin protección al término "Gres" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648107 | Junce Xue | Denominativa | Su Tai | |
| 1648114 | ASESORIAS ALPHA PRIMA LIMITADA , en representación de FLORES LA LIBÉLULA LTDA. | Mixta | FLORES LA LIBÉLULA | Con protección al conjunto y sin protección al término "FLORES" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648124 | Marisol Alejandra Beytía Auad, en representación de BRAVIUM CHILE SPA | Mixta | HomePoint | |
| 1648125 | PCM Abogados Limitada , en representación de Evident Canada, Inc. a Québec Corporation | Denominativa | OMNISCAN | |
| 1648135 | María Ester Guerrero Bustamante | Mixta | Joliet confecciones | Con protección al conjunto y sin protección al término "confecciones" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648137 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de CORCORAN Y CIA. LTDA. | Mixta | SUPERG market | Con protección al conjunto y sin protección al término "market" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648138 | ESTUDIO FEDERICO VILLASECA Y CÍA. LTDA., en representación de THE BANK OF NOVA SCOTIA | Denominativa | SOLUCIONES SCOTIABANK | Con protección al conjunto y sin protección al término "SOLUCIONES" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1648140 | Ignacio Miguel Martínez Cornejo, en representación de CAPITOL TRAINING SPA. | Mixta | CAPITOL TRAINING | Con protección al conjunto y sin protección al término "TRAINING" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648142 | Estudio Transglobo Limitada , en representación de Edtur SpA | Mixta | EDTECH ACADEMY | Con protección al conjunto y sin protección al término "ACADEMY" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648144 | SARGENT & KRAHN, en representación de Grupo Styropek, S.A. de C.V. | Mixta | R-PEK RECYCLED MIXED PLASTIC | Con protección al conjunto y sin protección a "RECYCLED MIXED PLASTIC" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648145 | Carla Fernanda Recabarren Lecaros | Mixta | VAQUERAS SHOES | Con protección al conjunto y sin protección al término "SHOES " individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039 |
| 1648146 | Ignacio Miguel Martínez Cornejo, en representación de MA XIAOYUN | Mixta | KINGBIKE | Con protección al conjunto y sin protección al término "BIKE" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley N°19.039 |
| 1648147 | FRANCISCO ISMAEL BERGUECIO MARTÍNEZ, en representación de Estela Paz Rodríguez Larraín | Denominativa | StadtHaus Propiedades | Con protección al conjunto y sin protección al término "Propiedades" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |
| 1648149 | Pedro Francisco Sazo Lagunas, en representación de Comercial Doral S.A. | Mixta | F C FAST COOK | |
| 1648151 | Eduardo Francisco Latino Fernández Basualto | Mixta | FERHAUS Soluciones Interiores | Con protección al conjunto y sin protección a "Soluciones Interiores" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M4:**

Aceptación a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1648152 | Yolanda Yamna Nandwani Nandwani | Denominativa | House of Morais Instinct | |
| 1648154 | Eduardo Enrique Lobos Calvo | Mixta | Surzide | |
| 1648314 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de Mario Amadeo Andrade Alegría | Mixta | GRISUMETA | |
| 1648317 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de Mario Amadeo Andrade Alegría | Mixta | GRISUMETA | |
| 1648325 | Cristobal Andres Elte Conejeros | Mixta | Chasquilla | |
| 1648327 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de Mario Amadeo Andrade Alegría | Mixta | GRISUMETA | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M5:**

Concesión de Marcas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1573158 | ABMARK Sociedad Ltda., en representación de Ingeniería Y Seguridad Industrial Ks Ltda | Mixta | KS LTDA | Número de Registro: 1494034 |
| 1573178 | ABMARK Sociedad Ltda., en representación de Ingeniería Y Seguridad Industrial Ks Ltda | Mixta | KS LTDA | Número de Registro: 1494035 |
| 1588226 | Badilla Davis Limitada, en representación de Datxer S.A. | Denominativa | DATXER | Número de Registro: 1494036 |
| 1604978 | Nicole Jeannette Alfero Martí, en representación de The Fit Collective SpA | Mixta | naked | Número de Registro: 1494037 |
| 1607078 | Rodrigo Bulnes Álamos, en representación de Decathlon | Figurativa | | Número de Registro: 1494038 |
| 1613058 | Karla Vanessa Benavente Muñoz, en representación de Corporación de Inversión Poseidón SpA | Mixta | POSEIDON | Número de Registro: 1494039 |
| 1618473 | Johansson & Langlois , en representación de Comercializadora Yukon Ltda. | Mixta | Y YUKON | Número de Registro: 1494040 |
| 1620632 | Angelo Custodio Donoso Díaz, en representación de Tristán Fernández Osorio | Denominativa | CORTINAS LATERALES BY GRUPO GILLIBRAND | Número de Registro: 1494041 |
| 1620642 | Angelo Custodio Donoso Díaz, en representación de Tristán Fernández Osorio | Denominativa | CORTINAS LATERALES BY GRUPO GILLIBRAND | Número de Registro: 1494042 |
| 1623022 | Mühlenbrock & Kühner SpA, en representación de Mauricio Andrés Gutiérrez Monroe | Mixta | LEARNING RUNNERS | Número de Registro: 1494043 |
| 1627694 | Constanza Nicoleth Arriaza Véliz | Mixta | Dakabi | Número de Registro: 1494044 |
| 1631771 | César Alejandro Zelada González | Denominativa | IAQUA | Número de Registro: 1494045 |
| 1631785 | Fabiola Marisel Rodríguez Rivas | Denominativa | GINEVIDA | Número de Registro: 1494046 |
| 1633043 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Sergio Patricio Valenzuela Garay | Mixta | TRANSCONTINENTAL | Número de Registro: 1494047 |
| 1634172 | Alessandri & Compañía Limitada, en representación de Salcobrand S.A. | Mixta | MUNDO MASCOTAS SALCOBRAND | Número de Registro: 1494048 |
| 1634221 | Dellafiori Abogados SpA, en representación de Biopolis, S.L. | Denominativa | BPL1 | Número de Registro: 1494049 |
| 1634241 | Jorge Alejandro Peña Jorquera, en representación de Lovely Company SpA | Mixta | Lovely Bakery | Número de Registro: 1494050 |
| 1634262 | Carolina Mabel Díaz Vergara | Denominativa | Freskit | Número de Registro: 1494051 |
| 1634544 | Tomás Miguel Aylwin Ríos | Mixta | Alture Athletics | Número de Registro: 1494052 |
| 1634557 | Ángel Orlando Morgan Cruz | Denominativa | Crominox Aceros Inoxidables Spa | Número de Registro: 1494053 |
| 1634886 | Alessandri & Compañía Limitada, en representación de L'oreal | Mixta | BIT BELEZA INCLUSIVA E TECNOLÓGICA L'OREAL GROUPE | Número de Registro: 1494054 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M5:**

Concesión de Marcas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1635045 | Mühlenbrock & Kühner SpA, en representación de David Eduardo Contreras Silva | Mixta | SAGA AVASALLA | Número de Registro: 1494055 |
| 1635263 | Mauro Dellafiori Albala, en representación de Habla Comunicaciones SpA | Mixta | HABLA COMUNICACIONES MORO | Número de Registro: 1494056 |
| 1635403 | Fernando Fernández Tellería, en representación de Chalhoub Group Limited | Mixta | TREATUDE | Número de Registro: 1494057 |
| 1635478 | Silva Abogados, en representación de Härting Limitada | Denominativa | HARTING | Número de Registro: 1494058 |
| 1635497 | Silva Abogados, en representación de Härting Limitada | Mixta | härting | Número de Registro: 1494059 |
| 1635703 | Mühlenbrock & Kühner SpA, en representación de Juan Carlos Leiva Villalobos | Mixta | MATILL SURTIMOS TU CREATIVIDAD | Número de Registro: 1494060 |
| 1635859 | Patricia Macarena Valdebenito Vásquez, en representación de Gastronómica Sima SpA | Mixta | SIMA Gastronomía Típica Chilena | Número de Registro: 1494061 |
| 1635926 | Jonathan Alex Ojeda Bugueño, en representación de Elsa Andrea Larriega Villalobos | Denominativa | MATROFIT | Número de Registro: 1494062 |
| 1636102 | Humberto Aldo Meta Meta | Mixta | B BOTTEGA GOURMET | Número de Registro: 1494063 |
| 1636300 | Alessandri & Compañía Limitada, en representación de Industrias Chilenas de Alambre Inchalam S.A. | Denominativa | RANGER WIRE | Número de Registro: 1494064 |
| 1636347 | Jorge Luis Pino Zúñiga, en representación de Vicente Hugo Correa Yavar | Denominativa | Torrentero | Número de Registro: 1494065 |
| 1636965 | Fernanda Paulina Matus Ramos, en representación de Barkhome S.A.C. | Mixta | Natural Home | Número de Registro: 1494066 |
| 1638238 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | Fundación COSMOS | Número de Registro: 1494067 |
| 1638240 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | Fundación COSMOS | Número de Registro: 1494068 |
| 1638401 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | Fundación COSMOS | Número de Registro: 1494069 |
| 1638403 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | Fundación COSMOS | Número de Registro: 1494070 |
| 1638411 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | Fundación COSMOS | Número de Registro: 1494071 |
| 1638412 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | JARDINES Sanadores de Fundación Cosmos | Número de Registro: 1494072 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M5:**

Concesión de Marcas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638414 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | JARDINES Sanadores de Fundación Cosmos | Número de Registro: 1494073 |
| 1638418 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | JARDINES Sanadores de Fundación Cosmos | Número de Registro: 1494074 |
| 1638420 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | JARDINES Sanadores de Fundación Cosmos | Número de Registro: 1494075 |
| 1638423 | Covarrubias & Cía. , en representación de Fundación de Beneficencia Cosmos | Mixta | JARDINES Sanadores de Fundación Cosmos | Número de Registro: 1494076 |
| 1638628 | Carlos Raúl González Escobar | Mixta | VORAUS SPA | Número de Registro: 1494077 |
| 1638748 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de EBT S.A. | Mixta | EBT | Número de Registro: 1494078 |
| 1638749 | ABMARK Sociedad Ltda., en representación de EBT S.A. | Mixta | HOBBY MARKET | Número de Registro: 1494079 |
| 1638750 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de EBT S.A. | Mixta | PLAY PLAZA | Número de Registro: 1494080 |
| 1638762 | ABMARK Sociedad Ltda., en representación de EBT S.A. | Mixta | GARDEN MARKET | Número de Registro: 1494081 |
| 1638766 | ABMARK Sociedad Ltda., en representación de EBT S.A. | Mixta | TALBOT | Número de Registro: 1494082 |
| 1638992 | Carolina Soledad Hodar García | Mixta | PRASSI | Número de Registro: 1494083 |
| 1639120 | Daniela Soledad Reyes González, en representación de Venta de Productos Culturales Daniela Soledad Reyes González EIRL | Denominativa | Naturaleza Inarrumen | Número de Registro: 1494084 |
| 1639525 | Fernando Augusto Olavarría Jiménez | Mixta | Pacific Legal Cargo | Número de Registro: 1494085 |
| 1639567 | Omar Jimmy Muñoz Reyes, en representación de Soc. Turística Silva y Muñoz Ltda | Denominativa | Chicureo Travel | Número de Registro: 1494086 |
| 1639723 | Paulina Nazar Massuh, en representación de Sociedad De Transporte Ejecutivo Sol Del Valle Limitada | Denominativa | Buses Sol del Valle | Número de Registro: 1494087 |
| 1640190 | Silva y Cía. , en representación de González Prieto, Manuel José | Denominativa | COMERCIALIZADORA EXOFRUT | Número de Registro: 1494088 |
| 1640570 | Gary Andre Bravo Rojas, en representación de Grúas Bravo Rojas Y Servicios SpA | Mixta | BRAVO GRÚAS Y SERVICIOS | Número de Registro: 1494089 |
| 1640695 | Johansson & Langlois , en representación de CJ Olive Young Corporation | Mixta | colorgram | Número de Registro: 1494090 |
| 1640812 | Matías Pérez Mac Clure | Denominativa | MATFIX | Número de Registro: 1494091 |
| 1640948 | Ramón Alexis Monroy Cárdenas | Mixta | Foto Hincha | Número de Registro: 1494092 |
| 1640976 | Catalina Carol Melo Montenegro, en representación de Shenzhen Parblo Tech Co.,Ltd. | Mixta | Synido | Número de Registro: 1494093 |
| 1641366 | Eduard Enrique Rojas García | Denominativa | MOKUTEKI | Número de Registro: 1494094 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M5:**

Concesión de Marcas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1641412 | Fernando José Rojas Zuloaga, en representación de Bonaire SpA | Mixta | Clínica Bonaire Depilación Láser | Número de Registro: 1494095 |
| 1641653 | Cecilia Claudia De Rodt Salinas, en representación de Comercializadora Taimana C y E SpA | Mixta | Taimana Kids | Número de Registro: 1494096 |
| 1641836 | María Helena Manrique Mejía | Denominativa | Glassloop | Número de Registro: 1494097 |
| 1641988 | Juan Diego Gil Garcés, en representación de Comercial Gil Quintero SpA | Denominativa | TWO BYTES | Número de Registro: 1494098 |
| 1642159 | Jorge Andrés Del Sagrado Corazón Hubner Garretón, en representación de Laboratorio Chile S.A. | Denominativa | JALORESE | Número de Registro: 1494099 |
| 1642167 | Jorge Andrés Del Sagrado Corazón Hubner Garretón, en representación de Laboratorio Chile S.A. | Denominativa | JALORESE MET | Número de Registro: 1494100 |
| 1642183 | Ginette Cecilia Vidal Rojas, en representación de Comercial TBC S.A. | Mixta | C THE BRANDS CLUB | Número de Registro: 1494101 |
| 1642206 | Ginette Cecilia Vidal Rojas, en representación de Comercial TBC S.A. | Mixta | C THE BRANDS CLUB | Número de Registro: 1494102 |
| 1643026 | María José Arancibia Obrador, en representación de Sammit SpA | Mixta | MIS JOYAS | Número de Registro: 1494103 |
| 1643269 | Ginette Cecilia Vidal Rojas, en representación de Inmobiliaria e Inversiones Panguipulli S.A. | Mixta | DTS | Número de Registro: 1494104 |
| 1643271 | Ginette Cecilia Vidal Rojas, en representación de Inmobiliaria E Inversiones Panguipulli S.A. | Mixta | DTS | Número de Registro: 1494105 |
| 1643576 | Luis Fernando Pillco Cedeño, en representación de Rong Lin | Mixta | VONCONN | Número de Registro: 1494106 |
| 1643770 | Luis Fernando Pillco Cedeño, en representación de Wosente Trade Hongkong Co.,Limited | Denominativa | WOSENTE | Número de Registro: 1494107 |
| 1643771 | Luis Fernando Pillco Cedeño, en representación de Shenzhen Gwell Times Technology Co., Ltd. | Figurativa | | Número de Registro: 1494108 |
| 1643772 | Flores Acevedo Abogados, en representación de Gonzalo Andrés Pacheco Parra | Mixta | MINGA LODGE | Número de Registro: 1494109 |
| 1643775 | Luis Fernando Pillco Cedeño, en representación de Wosente Trade Hongkong Co.,Limited | Denominativa | BELOGOO | Número de Registro: 1494110 |
| 1643782 | Luis Fernando Pillco Cedeño, en representación de Bestar Foods Company Limited | Mixta | YoloDuck | Número de Registro: 1494111 |
| 1643969 | Pedro Andrés Ramírez Gundelach, en representación de Tikkifoods SpA | Mixta | Boombar! | Número de Registro: 1494112 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M5:**

Concesión de Marcas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1644017 | Carmen Mercedes Fiallo Vásquez | Denominativa | Q-RA | Número de Registro: 1494113 |
| 1644021 | Ximena Carmen Sepúlveda Barrera, en representación de María Soledad Undurraga Valenzuela | Mixta | CRIS&BECKER | Número de Registro: 1494114 |
| 1644250 | María Teresa Valdivia López | Denominativa | LAVALDI | Número de Registro: 1494115 |
| 1644266 | Tatiana Eugenia Vujcic Villarroel | Mixta | NeuroGast Tu bienestar digestivo | Número de Registro: 1494116 |
| 1644289 | Sebastián Antonio Guillermo Painemal Granzotto, en representación de Sociedad Constructora Cosalpa Limitada | Mixta | COSALPA | Número de Registro: 1494117 |
| 1644335 | Laura Mariana Castelli Videla, en representación de Laura Mariana Castelli Videla y Ester Del Rosario Campos Leal | Denominativa | Numerología Para Ti | Número de Registro: 1494118 |
| 1644403 | Yu Ling Chiang, en representación de Xuetang Luo | Denominativa | KRUPS | Número de Registro: 1494119 |
| 1644416 | Yu Ling Chiang, en representación de Xuetang Luo | Mixta | INTERSHANG SMIEC | Número de Registro: 1494120 |
| 1644491 | María Josefina Del Pilar Mora Arias, en representación de Nicolás Andrés De La Noi Behrens | Denominativa | HOTUMATUR | Número de Registro: 1494121 |
| 1644561 | Eduardo Antonio Jilabert Durán, en representación de Asesorías En Informática Gessof Ltda. | Mixta | GESSOF | Número de Registro: 1494122 |
| 1644574 | Ginette Cecilia Vidal Rojas, en representación de Marcio Jesús Toloza Soto | Mixta | LOS CHARROS DE LA COMUNA DE LUMACO | Número de Registro: 1494123 |
| 1644585 | MyR Corporativo SpA, en representación de Marco Antonio Vásquez Ayala | Mixta | PUNTONOVIOS JOYAS | Número de Registro: 1494124 |
| 1644604 | Estudio Carey Limitada , en representación de Arcor S.A.I.C. | Denominativa | BON O BON EUFORIA | Número de Registro: 1494125 |
| 1644711 | Rubén Antonio Escobar García | Mixta | EWXON | Número de Registro: 1494126 |
| 1644811 | Luis Rodrigo Tapia Zenteno | Denominativa | IMAGINAROT | Número de Registro: 1494127 |
| 1644826 | Juan Carlos Cruz Connell | Mixta | CEROFALLA | Número de Registro: 1494128 |
| 1644834 | Luis Ignacio Olmedo Bustos, en representación de Comercializadora y Distribuidora Hair Express SpA | Denominativa | EPIK | Número de Registro: 1494129 |
| 1644844 | Luis Ignacio Olmedo Bustos, en representación de Comercializadora y Distribuidora Hair  Express SpA | Denominativa | CAPELLI | Número de Registro: 1494130 |
| 1644846 | Luis Ignacio Olmedo Bustos, en representación de Comercializadora y Distribuidora Hair Express SpA | Denominativa | EPIK | Número de Registro: 1494131 |
| 1644900 | Juan Jonathan Avendaño Parra, en representación de Comercial Arcade Limitada | Mixta | ESPACIO HOGAR | Número de Registro: 1494132 |
| 1645048 | Alexia Beatriz Lillo Pacheco | Denominativa | Alexia Lillo | Número de Registro: 1494133 |
| 1645067 | Niniza Ljuba Krstulovic Matte | Denominativa | FUNDACION EDUCACIONAL CERRO NAVIA JOVEN | Número de Registro: 1494134 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M5:**

Concesión de Marcas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1645069 | Alexandre Nicolás Fernández Puig | Denominativa | Maison Puig | Número de Registro: 1494135 |
| 1645137 | Ignacio Miguel Martínez Cornejo, en representación de Jpma Holding Ltda Demais | Mixta | MENELA | Número de Registro: 1494136 |
| 1645143 | Marco Emilio Sanhueza Núñez | Denominativa | Importadora latin chile | Número de Registro: 1494137 |
| 1645169 | Jarry IP SpA, en representación de Ecolab Usa Inc. | Denominativa | ECOLAB OASIS | Número de Registro: 1494138 |
| 1645221 | Natalia Francisca Morales Bórquez, en representación de Repuestos Norte SpA | Denominativa | GREENTEX | Número de Registro: 1494139 |
| 1645240 | Camila Alejandra Altamirano Araya | Mixta | SN CONTABLE CONTABILIDAD A TU MEDIDA | Número de Registro: 1494140 |
| 1645269 | Rodrigo Andrés Hollmann Fernández | Denominativa | Dinomath | Número de Registro: 1494141 |
| 1645296 | Eduardo Arturo Ayllon Opazo, en representación de The Green Future SpA | Denominativa | The Green Future | Número de Registro: 1494142 |
| 1645307 | Giovanni Matteo Zotti Cordero | Denominativa | KÜNEA | Número de Registro: 1494143 |
| 1645343 | ABMARK Sociedad Ltda., en representación de Comercial Totalpack Ltda. | Mixta | SUTURNO MÓVIL | Número de Registro: 1494144 |
| 1645347 | ABMARK Sociedad Ltda., en representación de Comercial Totalpack Ltda. | Mixta | TURNO MÓVIL | Número de Registro: 1494145 |
| 1645431 | Roberto Andrés Saleh Alamo | Denominativa | CUAPER | Número de Registro: 1494146 |
| 1645440 | Carlos Benito Campbell Vilches, en representación de Transportes Cuatro Soles Limitada | Mixta | TRANSPORTES CUATRO SOLES | Número de Registro: 1494147 |
| 1645515 | Jorge Andrés Varela Labbé, en representación de Fluye SpA | Denominativa | Fluye Mining. | Número de Registro: 1494148 |
| 1645526 | Franklin Vladimir Jimenez Mansilla, en representación de G eled Santiago SpA | Mixta | G-ELED | Número de Registro: 1494149 |
| 1645530 | Roxana Ester González Salgado | Mixta | HE HUMAN EDGE Consulting | Número de Registro: 1494150 |
| 1645534 | Omar Andrés Escobar Oyarce, en representación de Sociedad De Profesionales Escobar y Oyarce Limitada | Mixta | CONFIERE | Número de Registro: 1494151 |
| 1645551 | Karina Natalia Aburto Espinoza | Mixta | KARILUUM | Número de Registro: 1494152 |
| 1645564 | Fabiola Ojeda Bänz | Mixta | Viva Mujer | Número de Registro: 1494153 |
| 1645569 | José Manuel Muñiz Herrera, en representación de Zumbastico SpA | Denominativa | COCO Y YOKO | Número de Registro: 1494154 |
| 1645579 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Electric Power Motor SpA | Figurativa | | Número de Registro: 1494155 |
| 1645581 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Electric Power Motor SpA | Denominativa | TALARIA | Número de Registro: 1494156 |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M5:**

Concesión de Marcas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1645582 | Francisca Andrea Izquierdo Frutos | Mixta | Escribo tu Historia | Número de Registro: 1494157 |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1633154 | Joel Jeremías Garrido Lillo, en representación de SERVICIOS DE INGENIERIA Y MANTENIMIENTO INTEGRAL INGEOCLIMA SpA | Mixta | INGEOCLIMA climatización & servicios integrales | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 06 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N 1060343, marca GEOCLIMA, que distingue Calefacción (instalación y reparación de sistemas de -); instalación de aparatos de iluminación, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación, suministro de agua e instalaciones sanitarias; instalación de sistemas de calefacción solar, de la clase 37.<br>Que, con fecha 15 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes, que existirían diferencias gráficas y fonéticas entre los signos en conflicto, que se ha solicitado protección al conjunto.<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas "Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto en ambos casos se trata en general de servicios de instalación, mantenimiento y reparación de aparatos y sistemas de calefacción, refrigeración y ventilación, en clase 37 compartiendo por tanto elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, se puede advertir que las marcas en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes, ya que coinciden en su segmento GEOCLIMA, sin que se haya adicionado ningún complemento en el signo pedido que cuente con la capacidad suficiente para desvirtuar dicha identidad.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los servicios.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, en relación a las presuntas diferencias gráficas y fonéticas entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | ii) Que, en cuanto a que la marca solicitada pretende protección sobre un conjunto marcario y no sobre segmentos aisladamente considerados. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto se detalló en la observación de fondo que los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto del punto de vista grafico como fonético.<br><br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1°y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1637072 | Antonia Alcaíno Izquierdo, en representación de SEDA LIMITADA | Mixta | seda | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 19 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°808370, marca SEDAL, que distingue Jabones; preparaciones para limpiar; perfumería; aceites esenciales; desodorantes y antisudorales; productos para el cuidado del cabello; colorantes para el cabello, tinturas para el cabello, lociones para el cabello, preparaciones para ondular el cabello, champús, acondicionadores, sprays para el cabello, polvos capilares, peinadores para el cabello, lacas para el cabello, mousse para el cabello, brillos para el cabello, geles para el cabello, humectantes para el cabello, líquidos para el cabello, tratamientos para la preservación del cabello, tratamientos para desecar el cabello, aceites para el cabello, tónicos para el cabello, cremas para el cabello, preparaciones para el baño y/o la ducha, preparaciones de tocador, no medicamentadas; preparaciones para el cuidado de la piel; cosméticos; toallitas; pañuelos o pañitos de limpieza prehumedecidos o impregnados, de la clase 3; Registro N°805961, marca SEDAL, que distingue Preparaciones para blanquear y sustancias para lavar ropa ; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; (preparaciones abrasivas) jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello, dentífricos, de la clase 3.<br>Que, con fecha 05 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes, que existirían diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, que atendida la limitación de cobertura sus respectivos ámbitos de protección serían diferentes.<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas “Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas.”<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>No obstante la limitación de cobertura, la marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto en ambos casos se trata en general de productos cosméticos y de limpieza de clase 3, compartiendo por tanto elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, se puede advertir que las marcas en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes, ya que coinciden en su segmento SEDA, sin que se haya adicionado ningún complemento en el signo pedido que cuente con la capacidad suficiente para desvirtuar dicha identidad.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente: |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | i) Que, en relación a las presuntas diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>ii) Que, respecto a la argumentación de que, atendida la limitación de cobertura, la marca solicitada distinguiría un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los productos que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual forma los productos que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1°y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1637369 | Guillermo Hernán Beamin Anguita, en representación de Roberto Mauricio Román Marcos | Denominativa | DECOSIDING | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 09 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en el artículo 20 letra E) de la Ley N° 19.039, por considerar la marca solicitada un conjunto descriptivo y carente de distintividad.<br>Que, con fecha 15 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando que el signo pedido debe ser aceptado como conjunto, que marcas similares coexisten pacíficamente.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o los servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra E) de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas “Las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse”, determina la imposibilidad de registro de: Signos genéricos, que este Instituto ha entendido como aquellos que usan el nombre propio de un producto o servicio para su designación, de modo que coinciden con el término que generalmente identifica dicho producto o servicio; descriptivos o indicativos, que son aquellos que entregan al público consumidor de forma directa o evidente información sobre una o varias características, cualidades u otros antecedentes esenciales que pueden servir para designar las particularidades del producto o servicio de que se trate, tales como su género o naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad; y desprovistos de carácter distintivo, dentro de los cuales se encuentran aquellos términos de utilización común en el mercado y aquellos excesivamente simples o excesivamente extensos, respecto de los cuales el consumidor no podrá asociar un origen empresarial específico y determinado dado que no poseen ninguna capacidad para diferenciar con claridad los productos y/o servicios ofrecidos y/o prestados por una persona de aquellos ofrecidos y/o prestados por otra.<br>Que, para determinar la concurrencia de la causal de irregistrabilidad aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla y que contempla los siguientes cuatro pasos sucesivos y excluyentes, esto es, en caso de concluir que no procede la protección marcaria conforme un criterio, no se prosigue con el siguiente paso: (a) En primer lugar debe atenderse al significado ordinario de las palabras "para el público relevante", de acuerdo al sentido o alcance contenido, ya sea en diccionarios, en ejemplos de uso descriptivo del término o bien que se deduzca claramente del significado común del término. Si conforme este |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | criterio el signo es una indicación apropiada y relevante de la finalidad o función del producto y/o servicio, a lo menos, existe evidencia preliminar de que el signo es descriptivo. (b) En segundo lugar, la prueba de la imaginación, cuya finalidad es medir la relación entre las palabras de la marca y el producto o servicio al que se aplican. De esta forma si un término "requiere imaginación, pensamiento y la percepción para llegar a una conclusión en cuanto a la naturaleza de los bienes," esto es, cuando requiere una construcción intelectual adicional, se considera un término evocativo o sugestivo, y podría ser susceptible de protección marcaria. (c) El tercer paso consiste en preguntarse si el signo es necesario para la competencia del mercado relevante, al cual va dirigido el producto o servicio; esto es, establecer si los competidores serían propensos a necesitar los términos utilizados en la marca solicitada para la descripción de sus productos y/o servicios. Así, un término será descriptivo conforme este criterio, si se refiere generalmente a aquellos que los competidores que comercializan productos o servicios similares, encontrarían útiles en la identificación de sus propios bienes o servicios. (d) El último y cuarto paso de este método requiere determinar el grado en que un término ha sido efectivamente utilizado por otros competidores que comercializan un producto o servicio similar. Esto está relacionado con la circunstancia de si los competidores tienen o no, la posibilidad de encontrar una marca útil para describir sus productos o servicios.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que el signo requerido se compone de las palabras DECO que se entiende como decoración o diseño de interiores, el término "deco" hoy se usa de manera genérica para referirse a la decoración del hogar, estilismo y ambientación de espacios., seguido del termino en inglés SIDING es un tipo de revestimiento exterior utilizado para proteger y embellecer las fachadas de las viviendas, diseñado para simular tablas de madera, pero fabricado comúnmente de fibrocemento o PVC. Es una solución duradera, resistente a la intemperie (humedad, rayos UV) e incombustible, que ofrece bajo mantenimiento y un aspecto moderno o clásico. Por tanto, se trata de un signo descriptivo de los productos solicitados. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular, circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente,<br>i) En cuanto a que el signo pedido debe ser aceptado como conjunto. Que la norma del artículo 19 bis C que permite que aquellas marcas que contengan elementos de uso común o que tengan carácter genérico, indicativo o descriptivo, se entenderán conferidas con protección a la marca en su conjunto, es una hipótesis que requiere para poder ser aplicada, que el signo contenga algún elemento distintivo que permita distinguir adecuadamente el origen empresarial de los productos pedidos. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto como se detalló en la observación de fondo, el signo se estructura exclusivamente de vocablos carentes de distintividad para los productos solicitados, sin contener elemento distintivo alguno, por tanto, no configurándose la hipótesis del artículo 19 bis C.-<br>ii) Que, respecto al argumento de que actualmente coexisten de forma pacífica en el mercado nacional una serie de registros marcarios que distinguen signos similares será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br><br>Que, conforme a todo lo expuesto, no es posible conceder el monopolio de un signo con dichas características a persona(s) específica(s), por cuanto además de no gozar de una capacidad distintiva, ello implicaría la atribución de un derecho en exclusiva sobre un signo que en esencia puede y debe ser utilizado en forma libre por los distintos actores del mercado.<br>En mérito de autos y de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20 Letra E), 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley, se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1637434 | Gonzalo Del Solar Celedón, en representación de Jean Carlos Sánchez Rivera | Mixta | Energía Rural | Con fecha 27 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), "No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse."<br>El conjunto pedido resulta descriptivo y carente de distintividad. En efecto, la marca pedida consiste en el conjunto ENERGIA RURAL, el que se refiere al acceso, suministro y gestión de electricidad y fuentes energéticas en zonas geográficamente aisladas o dispersas, con el objetivo de reducir la pobreza, mejorar la calidad de vida e impulsar el desarrollo productivo local. Se implementa mediante la extensión de redes convencionales o, principalmente, a través de sistemas de autogeneración con energías renovables (solar fotovoltaica, eólica, minihidro) para comunidades aisladas. Dicho esto, se está describiendo la finalidad de los servicios solicitados A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular, circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra e) de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1637796 | Celia Montaño Maldonado, en representación de Miguel Ángel Soto Luizaga | Mixta | ACTIVA | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 04 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N° 1184829 Marca AKTIVA-T Protege Vestuario y calzado en general. Ropa deportiva y calzado para actividades deportivas. Buzos (ropa deportiva). Trajes de baño. de la clase 25.<br>Que, con fecha 13 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes, que existirían diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, que se ha solicitado protección al conjunto.<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas "Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto en ambos casos se trata en general de prendas de vestir y afines de clase 25, compartiendo por tanto elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, se puede advertir que las marcas en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes respecto de su segmento ACTIVA / AKTIVA, sin que se haya adicionado ningún complemento en el signo pedido que cuente con la capacidad suficiente para desvirtuar dicha identidad.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, en relación a las presuntas diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>ii) Que, en cuanto a que la marca solicitada pretende protección sobre un conjunto marcario y no sobre segmentos aisladamente considerados. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto se detalló en |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | la observación de fondo que los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto del punto de vista grafico como fonético.<br><br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1°y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638049 | Alejandra Andrea Arancibia Vicencio | Mixta | Centro Sanar Alejandra Arancibia & Cia | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 26/02/26 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1322823 Marca SANAR Protege Academias (educación), de la clase 41.<br>Que, con fecha 11/03/26 el solicitante contestó la observación de fondo señalando que limita cobertura para la clase 41.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo que sea susceptible de representación gráfica capaz de distinguir en el mercado productos, servicios o establecimientos industriales o comerciales. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, así como también, cualquier combinación de estos signos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | productos o servicios y/o establecimientos solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"aquellas 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."*<br>Que, para determinar la concurrencia de las causales de irregistrabilidad aludidas precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar las causales citadas se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales. La marca solicitada en relación a la marca registrada distinguen coberturas relacionadas.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que efectuada esa revisión, se ha podido constatar que en cuanto a la denominación de la marca solicitada, se puede advertir que el elemento Sanar de ella coincide idénticamente con la marca previamente registrada, sin que la adición al signo pedido del complemento “centro y Alejandra Arancibia & Cia ”.<br>Que nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, respecto al argumento de que actualmente coexisten de forma pacífica en el mercado nacional una serie de registros marcarios con una estructura similar será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>ii) Que, respecto a la argumentación de que la cobertura solicitada en autos distingue un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los servicios que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual forma los servicios que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>iii) Que en relación a que la marca cuenta con una denotación conceptual y pronunciación fonética diversa de la marca base de la observación de fondo además de diferencias conceptuales derivada de los elementos adicionales, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior.<br>Que, la ausencia de oposiciones no constituye justificación o impedimento para notificar una observación de fondo cuando se estima que concurre cualquiera de las causales de irregistrabilidad que contempla el artículo 20 de la Ley N°19.039.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638174 | Paulina Nazar Massuh, en representación de Joel Solorza Fredes | Denominativa | zenarte | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 26 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en el artículo 20 letra E) de la Ley N° 19.039, por considerar que la marca solicitada es un signo descriptivo y carente de distintividad.<br>Que, con fecha 10 de abril 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando que la marca pedida debe ser otorgada como conjunto, que es una marca evocativa, que marcas similares han sido aceptadas a registro.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | productos o los servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra E) de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas “Las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse”, determina la imposibilidad de registro de: Signos genéricos, que este Instituto ha entendido como aquellos que usan el nombre propio de un producto o servicio para su designación, de modo que coinciden con el término que generalmente identifica dicho producto o servicio; descriptivos o indicativos, que son aquellos que entregan al público consumidor de forma directa o evidente información sobre una o varias características, cualidades u otros antecedentes esenciales que pueden servir para designar las particularidades del producto o servicio de que se trate, tales como su género o naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad; y desprovistos de carácter distintivo, dentro de los cuales se encuentran aquellos términos de utilización común en el mercado y aquellos excesivamente simples o excesivamente extensos, respecto de los cuales el consumidor no podrá asociar un origen empresarial específico y determinado dado que no poseen ninguna capacidad para diferenciar con claridad los productos y/o servicios ofrecidos y/o prestados por una persona de aquellos ofrecidos y/o prestados por otra.<br>Que, para determinar la concurrencia de la causal de irregistrabilidad aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla y que contempla los siguientes cuatro pasos sucesivos y excluyentes, esto es, en caso de concluir que no procede la protección marcaria conforme un criterio, no se prosigue con el siguiente paso: (a) En primer lugar debe atenderse al significado ordinario de las palabras "para el público relevante", de acuerdo al sentido o alcance contenido, ya sea en |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | diccionarios, en ejemplos de uso descriptivo del término o bien que se deduzca claramente del significado común del término. Si conforme este criterio el signo es una indicación apropiada y relevante de la finalidad o función del producto y/o servicio, a lo menos, existe evidencia preliminar de que el signo es descriptivo. (b) En segundo lugar, la prueba de la imaginación, cuya finalidad es medir la relación entre las palabras de la marca y el producto o servicio al que se aplican. De esta forma si un término "requiere imaginación, pensamiento y la percepción para llegar a una conclusión en cuanto a la naturaleza de los bienes," esto es, cuando requiere una construcción intelectual adicional, se considera un término evocativo o sugestivo, y podría ser susceptible de protección marcaria. (c) El tercer paso consiste en preguntarse si el signo es necesario para la competencia del mercado relevante, al cual va dirigido el producto o servicio; esto es, establecer si los competidores serían propensos a necesitar los términos utilizados en la marca solicitada para la descripción de sus productos y/o servicios. Así, un término será descriptivo conforme este criterio, si se refiere generalmente a aquellos que los competidores que comercializan productos o servicios similares, encontrarían útiles en la identificación de sus propios bienes o servicios. (d) El último y cuarto paso de este método requiere determinar el grado en que un término ha sido efectivamente utilizado por otros competidores que comercializan un producto o servicio similar. Esto está relacionado con la circunstancia de si los competidores tienen o no, la posibilidad de encontrar una marca útil para describir sus productos o servicios.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que el signo requerido se construye en base a los elementos “zenarte”, que al invertir la marca resulta como concepto arte zen, que es una expresión artística derivada del budismo que prioriza la simplicidad, la espontaneidad y la atención plena (mindfulness) sobre la técnica rígida, buscando reflejar la esencia interior y la naturaleza del ser. Se basa en el proceso meditativo más que en el resultado final, conectando con la realidad a través de formas minimalistas. Por lo tanto, se está describiendo que los servicios solicitados en la clase 41, se encontrarán vinculados al arte zen. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común para el segmento del mercado que se dedica aeste tipo de |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | arte, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular. Por último la marca pedida no resulta suficiente para dotar al signo de la distintividad necesaria para que sea susceptible de amparo marcario. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente,<br>i) Que, respecto al argumento de que el signo pedido debe ser aceptado como conjunto. Que la norma del artículo 19 bis C que permite que aquellas marcas que contengan elementos de uso común o que tengan carácter genérico, indicativo o descriptivo, se entenderán conferidas con protección a la marca en su conjunto, es una hipótesis que requiere para poder ser aplicada, que el signo contenga algún elemento distintivo que permita distinguir adecuadamente el origen empresarial de los servicios pedidos. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto como se detalló en la observación de fondo, el signo se estructura exclusivamente de vocablos carentes de distintividad para los servicios solicitados, sin contener elemento distintivo alguno, por tanto, no configurándose la hipótesis del artículo 19 bis C.-<br>ii) Que, respecto al argumento de ser el signo pedido una marca evocativa. Se debe señalar que un término evocativo o sugestivo, es aquel que hace referencia a uno o varios de los atributos del producto o servicio, o tal como lo ha señalado el Tribunal de Propiedad Industrial "…aquellas que sugieren ciertas cualidades o destinaciones de los productos o servicios que distinguen. Este tipo de marcas exigen al consumidor o usuario hacer uso de su imaginación y raciocinio para relacionar la marca con la respectiva cualidad o destinación que sugieren". Que del análisis del signo pedido se concluye que la información que entrega es clara y directa, no siendo necesario construcción intelectual alguna para vincularlo al pretendido ámbito de protección, circunstancias que obstan a su comprensión y/o clasificación como marca evocativa.<br>iii) Que, respecto al argumento de que marcas similares han sido aceptadas a registro será desestimada por cuanto cada marca es |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>Que, conforme a todo lo expuesto, no es posible conceder el monopolio de un signo con dichas características a persona(s) específica(s), por cuanto además de no gozar de una capacidad distintiva, ello implicaría la atribución de un derecho en exclusiva sobre un signo que en esencia puede y debe ser utilizado en forma libre por los distintos actores del mercado.<br>En mérito de autos y de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20 Letra E), 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley, se rechaza la solicitud de registro por los mismo fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638190 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de Energizer Brands, LLC | Mixta | Enhanced Energy | Con fecha 26 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), "No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.”<br>El conjunto pedido resulta descriptivo y carente de distintividad. En efecto, la marca pedida traducida al castellano significa "energía mejorada". Este concepto, también conocido como eficiencia energética, se usa para referirse a la optimización del uso de la energía para lograr el máximo rendimiento con el menor consumo posible. Implica utilizar tecnologías avanzadas y gestión sostenible para reducir el consumo y el impacto ambiental sin disminuir la calidad de la actividad, abarcando desde la generación hasta el consumo final. Por lo tanto, se está describiendo directamente que los prductos soliictados ne clase 9 tedrán la cualidad de ser eficientes energéticamente hablando. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común para el segmento del mercado que se dedica a baterías y pilas, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular. Por último la marca pedida y su representación gráfica no resultan suficiente para dotar al signo de la distintividad necesaria para que sea susceptible de amparo marcario. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra e) de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638203 | Gonzalo Del Solar Celedón, en representación de Ramón Andrés Rubilar Seguel | Mixta | Pamela y los Cracks | Con fecha 02 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente observación de fondo:<br>Artículo 20, letra F). No podrán registrarse como marcas las que se presten para inducir a error o engaño respecto de la procedencia, cualidad o género de los productos o servicios, comprendidas aquellas pertenecientes a distintas clases cuyas coberturas tengan relación o indiquen una conexión de los respectivos productos o servicios.<br>Un signo que induzca a error o confusión será incompatible con la función distintiva e informativa que debe tener una marca en el comercio. En este sentido, de la definición de una marca, se precisa que ésta debe proporcionar información certera acerca del origen empresarial de los productos o servicios que distingue, así como sobre el género y la existencia de una cualidad relativamente constante de ellos. Este doble efecto distintivo de origen empresarial e informativo de características constantes es lo que genera la transparencia en el mercado. En consecuencia, lo que trata dicha causal, es de evitar que existan como marcas registradas, signos engañosos que provoquen un riesgo de error en los consumidores respecto de la verdadera procedencia, cualidad, género u otras características de los productos que consumirán o de los servicios que demandarán, ya que en caso contrario, lejos de contribuir a la transparencia del mercado, provocarán equivocaciones y desorientaciones entre los consumidores, que es precisamente lo que la legislación marcaria pretende evitar.<br>Son marcas engañosas o inductivas a error, en general, aquellas que se alejan de la realidad en cuanto a la descripción de la verdadera característica, composición, cualidad, naturaleza y/o procedencia de la cobertura a amparar, esto es, del ámbito de protección que se pretende para la marca pedida, que está determinado por los productos o los servicios que se pretenden distinguir en el mercado.<br>El signo pedido resulta irregistrable por inducir a error en relación a su verdadera procedencia empresarial. En efecto, Pamela y los Cracks, según resultados obtenidos desde el motor de búsqueda Google se identifica con una banda de música en vivo radicada en Chile, liderada por la vocalista Pame Oses. Se especializan en interpretar éxitos |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | bailables anglo y latinos de los años 80s, 90s y 2000s, ofreciendo shows en vivo.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que el grupo musical esta integrado por varios miembros y aquí comparece una sola persona sin designación común de eventuales miembros de una agrupación musical, lo que podría provocar toda clase de errores en el público consumidor acerca de la verdadera procedencia empresarial del signo pedido.esta integrada por varios miembros y aquí comparece una sola persona sin designación común de eventuales miembros de una agrupación musical, lo que podría provocar toda clase de errores en el público consumidor acerca de la verdadera procedencia empresarial del signo pedido.<br>Que, atendido lo expuesto precedentemente, la marca pedida incurre en la prohibición de registro contemplada en el artículo 20 letra F) de la Ley 19.039, puesto que induce a error o confusión en el público consumidor.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra F) de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638320 | Gabriel Jesús Morales Valdés, en representación de Healthy Family Chile Limitada | Mixta | Healthy Kids | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 27 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en el artículo 20 letra E) de la Ley N° 19.039, por considerar que la marca solicitada un conjunto descriptivo y carente de distintividad.<br>Que, con fecha 13 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando que el signo pedido debe ser aceptado como conjunto, que se trata de un signo evocativo, que marcas similares han sido aceptadas a registro.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | productos o los servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra E) de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas “Las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse”, determina la imposibilidad de registro de: Signos genéricos, que este Instituto ha entendido como aquellos que usan el nombre propio de un producto o servicio para su designación, de modo que coinciden con el término que generalmente identifica dicho producto o servicio; descriptivos o indicativos, que son aquellos que entregan al público consumidor de forma directa o evidente información sobre una o varias características, cualidades u otros antecedentes esenciales que pueden servir para designar las particularidades del producto o servicio de que se trate, tales como su género o naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad; y desprovistos de carácter distintivo, dentro de los cuales se encuentran aquellos términos de utilización común en el mercado y aquellos excesivamente simples o excesivamente extensos, respecto de los cuales el consumidor no podrá asociar un origen empresarial específico y determinado dado que no poseen ninguna capacidad para diferenciar con claridad los productos y/o servicios ofrecidos y/o prestados por una persona de aquellos ofrecidos y/o prestados por otra.<br>Que, para determinar la concurrencia de la causal de irregistrabilidad aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla y que contempla los siguientes cuatro pasos sucesivos y excluyentes, esto es, en caso de concluir que no procede la protección marcaria conforme un criterio, no se prosigue con el siguiente paso: (a) En primer lugar debe atenderse al significado ordinario de las palabras "para el público relevante", de acuerdo al sentido o alcance contenido, ya sea en |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | diccionarios, en ejemplos de uso descriptivo del término o bien que se deduzca claramente del significado común del término. Si conforme este criterio el signo es una indicación apropiada y relevante de la finalidad o función del producto y/o servicio, a lo menos, existe evidencia preliminar de que el signo es descriptivo. (b) En segundo lugar, la prueba de la imaginación, cuya finalidad es medir la relación entre las palabras de la marca y el producto o servicio al que se aplican. De esta forma si un término "requiere imaginación, pensamiento y la percepción para llegar a una conclusión en cuanto a la naturaleza de los bienes," esto es, cuando requiere una construcción intelectual adicional, se considera un término evocativo o sugestivo, y podría ser susceptible de protección marcaria. (c) El tercer paso consiste en preguntarse si el signo es necesario para la competencia del mercado relevante, al cual va dirigido el producto o servicio; esto es, establecer si los competidores serían propensos a necesitar los términos utilizados en la marca solicitada para la descripción de sus productos y/o servicios. Así, un término será descriptivo conforme este criterio, si se refiere generalmente a aquellos que los competidores que comercializan productos o servicios similares, encontrarían útiles en la identificación de sus propios bienes o servicios. (d) El último y cuarto paso de este método requiere determinar el grado en que un término ha sido efectivamente utilizado por otros competidores que comercializan un producto o servicio similar. Esto está relacionado con la circunstancia de si los competidores tienen o no, la posibilidad de encontrar una marca útil para describir sus productos o servicios.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que el signo requerido se estructura en base a la expresión “HEALTHY KIDS” que puede traducirse al español como “Niños Saludables”, de modo que se está describiendo que la marca pedida estará destinada a comercializar productos que sirvan para las conservar o restablecer la salud de los niños. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular. Por último, la marca pedida y su representación gráfica no resultan suficientes para dotar al signo de la distintividad necesaria para que sea susceptible de amparo |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | marcario. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente,<br>i) Que, el signo pedido debe ser aceptado como conjunto. Que la norma del artículo 19 bis C que permite que aquellas marcas que contengan elementos de uso común o que tengan carácter genérico, indicativo o descriptivo, se entenderán conferidas con protección a la marca en su conjunto, es una hipótesis que requiere para poder ser aplicada, que el signo contenga algún elemento distintivo que permita distinguir adecuadamente el origen empresarial de los servicios pedidos. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto como se detalló en la observación de fondo, el signo se estructura exclusivamente de vocablos carentes de distintividad para los servicios solicitados, sin contener elemento distintivo alguno, por tanto, no configurándose la hipótesis del artículo 19 bis C.-<br>ii) Que, respecto al argumento de ser el signo pedido una marca evocativa. Se debe señalar que un término evocativo o sugestivo, es aquel que hace referencia a uno o varios de los atributos del producto o servicio, o tal como lo ha señalado el Tribunal de Propiedad Industrial "…aquellas que sugieren ciertas cualidades o destinaciones de los productos o servicios que distinguen. Este tipo de marcas exigen al consumidor o usuario hacer uso de su imaginación y raciocinio para relacionar la marca con la respectiva cualidad o destinación que sugieren". Que del análisis del signo pedido se concluye que la información que entrega es clara y directa, no siendo necesario construcción intelectual alguna para vincularlo al pretendido ámbito de protección, circunstancias que obstan a su comprensión y/o clasificación como marca evocativa.<br>iii) Que, respecto al argumento de que marcas similares han sido aceptadas a registro, será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, conforme a todo lo expuesto, no es posible conceder el monopolio de un signo con dichas características a persona(s) específica(s), por cuanto además de no gozar de una capacidad distintiva, ello implicaría la atribución de un derecho en exclusiva sobre un signo que en esencia puede y debe ser utilizado en forma libre por los distintos actores del mercado.<br>En mérito de autos y de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20 Letra E), 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley, se rechaza la solicitud de registro por los mismo fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638328 | RODRIGO GONZÁLEZ FLORIN, en representación de Pedro Antonio Alejandro Peralta González y Fidias Adelso Gonzalez Caballero | Mixta | VESTMENT CLEAN | Con fecha 27 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), "No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.".<br>El conjunto pedido resulta descriptivo y carente de distintividad. En efecto, el signo solicitado traducido del inglés al castellano significa UNIFORME LIMPIO ". Por lo tanto se están describiendo la destinación de los productos solicitados en autos, dado que se tratarían de productos que tienen como finalidad la limpieza de uniformes. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular. Por último, la marca pedida y su representación gráfica no resultan suficiente para dotar al signo de la distintividad necesaria para que sea susceptible de amparo marcario. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Se deja constancia que, sin perjuicio de ratificar la observación de fondo, la traducción correcta del signo pedido, según diccionario de Cambridge, corresponde a vestiduras litúrgicas, por lo que de igual forma se están describiendo la destinación de los productos solicitados en autos.<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra e) de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638448 | Patricio Gabriel Beltrán Cabezas | Mixta | MielÁngeles | Con fecha 03 de marzo de 2026 fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°865514. LOS ANGELES. Café, |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas de cereales, pan, productos de pastelería y confitería, helados comestibles; miel, jarabe de melaza; levadura, polvos para esponjar; sal, mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo. Clase 30.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, este Instituto ha llegado a la convicción, por un lado, que hay colisión de la cobertura pedida con aquella que distinguen la marca previamente registrada en clase 30, al tratarse en general de miel y |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | afines, y que, por otro, las marcas involucradas son confundibles al presentar semejanzas gráficas y fonéticas determinantes respecto de su elemento ANGELES, sin que se haya adicionado algún complemento en el signo pedido que pueda diferenciarlas adecuadamente.<br>Que, en virtud del mérito de autos y la experiencia de este Instituto, se presume que la coexistencia de los signos en conflicto producirá en el mercado riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto de otro, pudiendo llevarlos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior.<br>Que, de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20, 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley, se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638452 | María Teresa Correa Murillo | Denominativa | victoriana home & deco | Con fecha 03 de marzo de 2026 fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N°1484917. VICTORIANAS. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Banderas de tela; blondas de tela; colchas de materias textiles; cortinajes; cortinas de baño; cortinas de materias textiles; cortinas de materias textiles confeccionadas; cubrecamas; edredones; entretelas; etiquetas de materias textiles para coser en la ropa; etiquetas de materias textiles; etiquetas autoadhesivas de tela; etiquetas de materiales textiles para identificación de prendas de vestir; etiquetas de materias textiles para identificar prendas de vestir; etiquetas de materias textiles para códigos de barras; faldones de cama; etiquetas de materias textiles para marcar los vestidos; etiquetas de materias textiles para marcar las prendas de vestir; faldas de cuna; forros textiles para prendas de vestir; franela [tela]; fundas de almohada; fundas de almohadón; fundas de almohada para niños; fundas de cojín; fundas de colchón; fundas de materias textiles para camillas de masajes; fundas de materias textiles para mesas de masajes; fundas para cojines; fundas para cobertores; fundas decorativas para almohadones de cama; fundas de tela no ajustables para muebles; fundas para muebles; géneros textiles, tejidos o no; juegos de sábanas de cama; juegos de telas tejidas para confeccionar colchas; mantas de género de punto; mantas de forro polar; mantas de fibras hechas a mano para la cama; mantas de cuna; mantas de cama de algodón; mantas de cama; mantas acolchadas [ropa de cama]; mantas de picnic; mantas de seda para camas; mantas de yoga; mantas de yoga antideslizantes; mantas de lana; mantas de lana para la cama; mantas para bebés; mantas para el regazo; mantas para envolver bebés; mantas para mascotas; mantas para muebles; mantas para pícnic; mantas para usar al aire libre; mantas para uso en exteriores; mantelerías que no sean de papel; manteles de materias textiles; manteles de tela; manteles individuales de materias textiles; materias textiles; materias textiles de poliéster; paños de cocina; paño para mesas de billar (fieltro); pañería [cortinas]; nanas [ropa de cama]; muselina [tejido]; pañuelos de bolsillo de materias textiles; paños de cocina para secar; paños de cocina de tela; paños de cocina de materias textiles; plumones (cobertores de plumas); posavasos de materias textiles; productos textiles para camas; productos textiles en piezas para la fabricación de cobertores de cama; posavasos textiles; ropa de cama; ropa de baño, excepto prendas de vestir; ropa de baño; ropa blanca para |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | uso doméstico, incluidas la toallitas de tocador; ropa blanca; revestimientos de materias textiles para muebles; ropa de mesa; ropa de hogar; ropa de cama y ropa de mesa; ropa de cama y mesa; ropa de cama y mantelería; ropa de cama y de mesa; ropa de cama para cunas; sábanas de cuna; ropa de mesa y de cama; ropa de mesa y cama; ropa de mesa de materias textiles; servilletas de materias textiles; sábanas ajustables para esteras para dormir; sábanas ajustables para cunas; sábanas; sábanas con faldones; sábanas bajeras para esteras para dormir; sábanas bajeras para colchonetas para dormir; sábanas bajeras para camas de mascotas; sábanas bajeras para camas de animales de compañía; sábanas*; sábanas de textil; tejidos de algodón para la fabricación de prendas de vestir; tejidos de algodón para uso en la fabricación de prendas de vestir; tejidos de algodón; tejidos para uso textil; telas con motivos impresos para bordar; telas de algodón; toalla turca; textiles para uso doméstico; toallas de baño; toallas de almohada; toallas de algodón para las manos; toallas de algodón para la cara; toallas de algodón; toallas con capucha para niños; toallas con capucha para bebés; toallas (textiles) para su uso en la cocina; toallas de felpa [materiales textiles]; toallas de felpa; toallas de materias textiles para manos; toallas grandes de baño; toallas faciales de rizo; toallas faciales de felpa; toallas faciales de esponja; toallas textiles para las manos; toallas tipo turbante para secar el cabello; toallas para peluquerías y barberías; toallas para niños; toallitas faciales; visillos; volantes [cortinas textiles]. Clase 24.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br><br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, este Instituto ha llegado a la convicción, por un lado, que hay colisión de la cobertura pedida con aquella que distingue la marca previamente registrada en clase 24, y que, por otro, las marcas involucradas son confundibles al presentar semejanzas gráficas y fonéticas determinantes respecto de su elemento VICTORIANA, sin que se haya adicionado ningún complemento en el signo pedido pueda diferenciarlas adecuadamente.<br>Que, en virtud del mérito de autos y la experiencia de este Instituto, se presume que la coexistencia de los signos en conflicto producirá en el mercado riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto de otro, pudiendo llevarlos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior.<br>Que, de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20, 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley, |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638455 | Mónica Scarlett Celis Fica, en representación de Innova Vitalis SpA | Denominativa | Jamaican Hibiscus Tea | Con fecha 03 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br><br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br><br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en las siguientes prohibiciones de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br><br>Artículo 20 letra e), "Las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse."<br><br>La marca solicitada corresponde a una expresión o signo empleado para indicar el género de los productos solicitados. Está compuesta por los términos "Jamaican Hibiscus Tea" que traducido al castellano significa Té de hibisco de jamaica, que es una infusión de color rojo vibrante y sabor ácido, similar al arándano, preparada a partir de los cálices de la planta Hibiscus sabdariffa. Es reconocido por sus propiedades antioxidantes, diuréticas y digestivas, siendo famoso por ayudar a bajar la presión arterial y reducir el colesterol. Por todo lo anterior, la marca es indicativa y de uso común para los productos inicados en la cobertura pedida, por lo que carece de los elementos necesarios para transformarse en marca registrada. Carece de la distintividad necesaria para ser objeto de protección marcaria.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra e) de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638459 | Carlos Javier Tapia Velásquez, en representación de ROAD TRIP AUSTRAL CHILE SpA | Mixta | Road Trip Austral | Con fecha 03 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), "No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.”<br>El signo pedido resulta descriptivo de los servicios solicitados y carente de distintividad. En efecto, la marca pedida traducida al castellano "viaje por la carretera austral". De manera, que se está describiendo directamente que los servicios solicitados consistirán o se encontrarán vinculados a la organización de viajes por la carretera austral que es una legendaria ruta escénica de más de 1.240 km en la Patagonia chilena que conecta Puerto Montt con Villa O'Higgins. Atraviesa paisajes vírgenes, fiordos, glaciares y bosques nativos, siendo la principal vía de acceso a la Región de Aysén y el sur de la Región de Los Lagos. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular, circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra e) de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638499 | María José Espinace Valverde | Mixta | CONoSERt Entendemos tu mente, Mejoramos tu mundo | Con fecha 22 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N° 1270190. CONO-SER. Educación; organización de talleres profesionales y curso de capacitación; organización y dirección de congresos; organización y dirección de conferencias educacionales, clase 41. Registro N° 1479916. RECONOSERTE. Servicios de centros de salud [servicios médicos]; servicios de centros de salud en cuanto servicios médicos; servicios de centros de salud; servicios de bienestar en cuanto asesoramiento en salud y nutrición; servicios de chequeo de salud mental; servicios de consultas relacionadas con el cuidado de la salud; servicios de control de la salud mental; servicios de evaluación de la personalidad (servicios de salud mental); servicios de salud a domicilio; servicios de salud; servicios de exámenes de salud mental; servicios de salud para personas, clase 44.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638532 | Claudia Andrea Flores Verdejo | Mixta | SOLQUIMMINING CHEMICAL SOLUTIONS | Con fecha 27 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N° 1264787. SOLQUIM CHILE. Enzimas para uso en la industria de la panadera; enzimas para uso industrial; enzimas para la industria alimentaria; enzimas para uso industrial; enzimáticas (preparaciones —) para la industria alimentaria, clase 1.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638569 | Rossana Paola Castellaro Inostroza, en representación de Carlos Enrique Córdova Yus | Mixta | RentaGI Gestión Inmobiliaria | Con fecha 3 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N° 845306. GI. Servicios de asuntos financieros y monetarios; servicios de corretajes de valores y de valores electrónicos con descuentos y servicios en línea de corretaje de valores electrónicos con descuento; servicios de inversión, servicios de préstamos con garantía; ofertas de productos financieros de tesorería y derivados; servicios de tesorería y de cambios de monedas y prestaciones de servicios financieros a clientes inversionistas institucionales, fideicomisos, créditos, inversiones, ahorros, agencias de seguros, prestamos, garantías de préstamos; servicios de tarjetas de crédito y de tarjetas de débito; servicios de administración financiera y de asesoría relacionados con inversiones; servicios de planificación financiera y financieros, tasaciones financieras; servicios actuariales; organización y administración financiera de seguros de vida, seguros de garantía y fondos mutuos; administración de fondos de pensiones, garantías de pólizas y de seguros; seguros de viajes, servicios de compensación bancaria; servicios de asesoría financiera, compra y emisiones de cheques viajeros; servicios de cambio de moneda; custodia de inversiones; servicios de asesoría a fondos e inversiones de capitales; servicios de agencia de corretaje de acciones, asesoramiento financiero relacionado con testamentos, entrega de garantías financieras; emisiones de cartas de crédito y certificados de depósito; servicios de inversión; servicios de garantía; garantía de colocación de emisiones de acciones; servicios de cámara de compensación; servicios de seguros; consultorías de seguros; información de seguros; garantía de seguro; garantía de seguros de accidentes; garantía de seguros de incendio; garantía de seguros de salud; garantía de seguros de vida; garantía de seguros marítimos; corretaje de seguros de accidentes; corretaje de seguros; corretaje de incendio; corretaje de seguros de salud; corretajes de seguros de vida; corretaje de seguros marítimos; agencias de informaciones de crédito; emisión de tarjetas de créditos; servicios de tarjetas de débitos, emisión de fichas valoradas; depósitos de valores; servicios de depósitos en cajas de seguridad; transferencias de fondos; transferencia electrónica de fondos; servicios de finanzas; cotizaciones de bolsas de valores; corretaje de acciones y bonos; evaluaciones bancarias; tasaciones fiscales; administración financiera;

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | préstamos en cuotas; financiamiento de compras a plazo; servicios de pagos de jubilaciones; y todo los precedentes que también sean prestados en línea desde una base de datos computacional o por medio de internet; facilitación de información financiera; servicios de consultoría y servicios de asesoría relacionados con todos los servicios señalados precedentemente, clase 36. Registro N° 943673. GI INMOBILIARIA. Servicios inmobiliarios; servicios de agencias inmobiliarias; servicios de adquisición, administración y explotación de bienes raíces; desarrollo y gestión de proyectos inmobiliarios; servicios de administración de inmuebles; servicios de administradoras y enajenadoras de inmuebles y de alquiler de bienes inmuebles. Servicios de elaboración de contrato de alquiler de bienes inmuebles; servicios de arrendamiento con opción de compra; servicios de corretaje de bienes raíces; servicios de arriendo de oficinas y departamentos; servicios de tasaciones de bienes muebles e inmuebles. Servicios financieros y monetarios, de seguros; de inversiones, de crédito, de leasing, de financiamiento, servicios de corredores de valores y bienes, servicios fiduciarios, clase 36.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638592 | Antonia De La Anunciacion Risopatrón Cruz | Denominativa | BOLT/ Arma tu lámpara | Con fecha 2 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N° 1342916. VOLT MASTER. Luminarias; bombillas de iluminación LED; lámparas de seguridad LED; luminarias de LED, clase 11.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638604 | Vieroska Jodie Eujenin Muñoz | Mixta | canes d' Élite | Con fecha 3 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), “No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.”. El signo pedido resulta descriptivo de los servicios solicitados y carente de distintividad. En efecto, al consistir la marca en la palabra CANES D'ELITE, que se refiere a Canes de Elite, son perros altamente entrenados y especializados, a menudo utilizados en misiones críticas como salvar vidas, seguridad, detección de sustancias o rescate. De manera que, describe el objeto sobre el que recaen los servicios solicitados. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular, circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638609 | Francisco Javier Ulloa Cabellos | Mixta | Indigo Sushi Bar Restaurant | Con fecha 2 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N° 855585. INDIGO. Servicios de hoteles y alojamiento de personas; hospedaje temporal, moteles, pensiones, residenciales; servicios de reservas de hoteles, pensiones y alojamiento temporales; explotación de terrenos para turismo y camping, campos y casas de vacaciones. Asesorías, consultas e informaciones, por cualquier medio, en materia de hotelería, clase 43. Registro N° 886607. CONCEPTO INDIGO. Servicio de hotel, hostal, apart hotel, motel, cabañas y todo servicio de alojamiento temporal; restaurant, hostería, bar, cafetería, fuente de soda y todo servicio de procuración de alimentos y bebidas para el consumo; servicios de reserva de alojamiento para viajeros, prestados principalmente por agencias de viajes o corredores, clase 43.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos, servicios o establecimientos que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores.<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638633 | Nicolás García Lorca, en representación de Scivita Medical Technology Co., Ltd. | Mixta | 3DINSIGHT | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 03 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N° 986507. INSIGHT. Retractores para uso en cirugia de columna minimamente invasivas, clase 10. Registro N° 935686. INSIGHT. Pantalla de radiología y aparatos de rayo -X, clase 10 (antecedente de rechazo, solicitud N° 1391751, Marca 3DINSIGHT, clase 10).<br>Que, con fecha 14 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes, que existirían diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, que atendido el principio de especialidad y la limitación de cobertura sus respectivos ámbitos de protección serían diferentes, que se ha solicitado protección al conjunto, que registros de marcas similares han sido aceptadas a registro.<br>Que, para acreditar las circunstancias en que funda los argumentos de la contestación a la Observación de Fondo, el solicitante acompañó, entre otros documentos, los siguientes: i) Fallo del INAPI de fecha 7 de abril de 2022, respecto de la solicitud N° 1332232, denominada PROAXIS; ii) Fallo del TDPI de fecha 23 de febrero de 2021, ROL N°86-2021, respecto de la solicitud N° 1352759, denominada ORADENT; iii) Fallo del TDPI de fecha 10 de julio de 2017, respecto de la solicitud N° 1221677, ROL N°678- 18 2017 respecto de la marca CRYSTAR<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas "Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>No obstante la limitación de cobertura, la marca solicitada en relación a |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto en ambos casos se trata en general de aparatos para uso médico de clase 10, compartiendo por tanto elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, se puede advertir que las marcas en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes, ya que coinciden en su segmento INSIGHT, sin que la adición del elemento “3D” en el signo pedido cuente con la capacidad suficiente para desvirtuar dicha identidad.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, en relación a las presuntas diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | los consumidores al momento de elegir un producto de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>ii) Que, respecto a la argumentación de que, atendido el principio de especialidad y la limitación de cobertura, la cobertura solicitada distinguiría un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los productos que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual forma los productos que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>iii) Que, en cuanto a que la marca solicitada pretende protección sobre un conjunto marcario y no sobre segmentos aisladamente considerados. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto se detalló en la observación de fondo que los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto del punto de vista grafico como fonético.<br>iv) Que, respecto al argumento de que marcas similares han sido aceptadas a registro, será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>Que en relación a la pertinencia de las pruebas acompañadas por el solicitante, cabe señalar que no resultan suficientes ni conducentes para desvirtuar la aplicación de la prohibición de registro observada, toda vez que ellas no dicen relación o carecen de referencia respecto a diferencias |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | gráficas o fonéticas entre los signos que despejen cualquier tipo de riesgo de confusión entre ellos.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1°y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638642 | Nicolás García Lorca, en representación de Scivita Medical Technology Co., Ltd. | Mixta | 4KINSIGHT | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 03 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N° 986507. INSIGHT. Retractores para uso en cirugia de columna minimamente invasivas, clase 10. Registro N° 935686. INSIGHT. Pantalla de radiología y aparatos de rayo -X, clase 10.<br>Que, con fecha 15 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes, que existirían diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, que atendido el principio de especialidad y la limitación de cobertura sus respectivos ámbitos de protección serían diferentes, que se ha solicitado protección al conjunto, que registros de marcas similares han sido aceptadas a registro.<br>Que, para acreditar las circunstancias en que funda los argumentos de la contestación a la Observación de Fondo, el solicitante acompañó, entre otros documentos, los siguientes: i) Fallo del INAPI de fecha 7 de abril de 2022, respecto de la solicitud N° 1332232, denominada PROAXIS; ii) Fallo del TDPI de fecha 23 de febrero de 2021, ROL N°86-2021, respecto de la solicitud N° 1352759, denominada ORADENT; iii) Fallo del TDPI de fecha 10 de julio de 2017, respecto de la solicitud N° 1221677, ROL N°678- 2017 respecto de la marca CRYSTAR<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas "Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>No obstante la limitación de cobertura, la marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | cuanto en ambos casos se trata en general de aparatos para uso médico de clase 10, compartiendo por tanto elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, se puede advertir que las marcas en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes, ya que coinciden en su segmento INSIGHT, sin que la adición del elemento “4K” en el signo pedido cuente con la capacidad suficiente para desvirtuar dicha identidad.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, en relación a las presuntas diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto de otro, llevándolos |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>ii) Que, respecto a la argumentación de que, atendido el principio de especialidad y la limitación de cobertura, la cobertura solicitada distinguiría un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los productos que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual forma los productos que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>iii) Que, en cuanto a que la marca solicitada pretende protección sobre un conjunto marcario y no sobre segmentos aisladamente considerados. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto se detalló en la observación de fondo que los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto del punto de vista grafico como fonético.<br>iv) Que, respecto al argumento de que marcas similares han sido aceptadas a registro, será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>Que en relación a la pertinencia de las pruebas acompañadas por el solicitante, cabe señalar que no resultan suficientes ni conducentes para desvirtuar la aplicación de la prohibición de registro observada, toda vez que ellas no dicen relación o carecen de referencia respecto a diferencias gráficas o fonéticas entre los signos que despejen cualquier tipo de riesgo de confusión entre ellos. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1°y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638687 | Luis Eduardo Concha Ebeling, en representación de Rentas KPI Limitada | Denominativa | RENTAS KPI LIMITADA | Con fecha 3 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), "No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse." El conjunto pedido resulta descriptivo y carente de distintividad. En efecto, al la marca consiste en el conjunto RENTAS KPI LIMITADA, en que el término KPI, se usa en el mundo de los negocios para hacer referencia a los indicadores claves o medidores de desempeño o indicadores clave de rendimiento, es una medida del nivel del rendimiento de un proceso. Por lo tanto, se está describiendo que los servicios solicitados en la clase 36, se encontrarán vinculados a este concepto. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común para el segmento del mercado que se dedica a los indicadores de negocios, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular. Por último la marca pedida no resulta suficiente para dotar al signo de la distintividad necesaria para que sea susceptible de amparo marcario. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial (antecedente de rechazo, solicitud N° 1577982. KPI, clase 36)<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638786 | MIÑO GESTION, en representación de Hassan Makki Jaber | Mixta | STOCK market | Con fecha 3 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N°854286, marca STOCK, que distingue Automóviles, camionetas, camiones, neumáticos, bicicletas, carrocerías para automóviles, motores de vehículos, guardabarros, parabrisas, muelles de suspensión y repuestos y piezas de todo tipo de vehículos y automóviles que correspondan a la classe, de la clase 12; Registro N°1007753, marca STOCK, que distingue Herramientas operadas mecánicamente, herramientas de perforación, de la clase 7; Registro N°1307126, marca STOCK, que distingue Bebidas alcohólicas excepto cerveza, de la clase 33; Solicitud N°1630420, marca TODO STOCK, que distingue servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de la clase 25;agencias de importación y exportación;agencias de importación y exportación de productos;agencias de importación y exportación de mercancías;agencias de importación-exportación;agencias de importación-exportación de productos, de la clase 35; Registro N°1299502, marca AUTO-STOCK, que distingue Servicios de venta (comercialización) a nivel nacional, al por mayor y al detalle, de toda clase de productos comprendidos de la clase 1 a la clase 34; servicios de venta (comercialización) de productos comprendidos de la clase 1 a la clase 34 mediante y a través de Internet y páginas web, de la clase 35; Registro 1299503, marca AUTOSTOCK, que distingue Servicios de venta (comercialización) a nivel nacional, al por mayor y al detalle, de toda clase de productos comprendidos de la clase 1 a la clase 34; servicios de venta (comercialización) de productos comprendidos de la clase 1 a la clase 34 mediante y a través de Internet y páginas web, de la clase 35;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638799 | Nidia Del Carmen Ibarra Fernández, en representación de CAPACITACION Y ASESORIAS ESTRATEGIA SpA | Denominativa | Estrategia | Con fecha 2 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | relacionadas, en relación al Registro N°1482193, marca TALENTO Y ESTRATEGIA, que distingue Consultoría en formación comercial; formación comercial; servicios de educación comercial; conducción de cursos; servicios de formación profesional; suministro de asistencia grupal y foros presenciales para el aprendizaje del desarrollo de aptitudes de liderazgo; coaching [formación], de la clase 41;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella.<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638803 | ASESORIAS ALPHA PRIMA LIMITADA , en representación de Antonella Sofía Rosati Huguet | Mixta | JELLY NAILS | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 27 de febrerode 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1485249, marca JELLY BROW, que distingue productos de maquillaje, de la clase 3.<br>Que, con fecha 13 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes, que existirían diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, que atendido el principio de especialidad sus respectivos ámbitos de protección serían diferentes, que se ha solicitado protección al conjunto, que registros de marcas similares para idénticas clases coexistirían pacíficamente.<br>Que, para acreditar las circunstancias en que funda los argumentos de la contestación a la Observación de Fondo, el solicitante acompañó, entre otros documentos, los siguientes: i) Certificado dominio NIC a nombre de Antonella Sofía Rosati Huguet; ii) Documento donde constan las variaciones de logo, paletas de colores, tipografías en uso, moodboard y mockups de la marca<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas “Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas.”<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto en ambos casos se trata de productos cosméticos de clase 3. Asimismo, los servicios de venta pedidos pueden tener por objeto productos de clase 3, que son aquellos que precisamente protege la marca previa, compartiendo por tanto |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, se puede advertir que las marcas en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes, ya que coinciden en su segmento JELLY, sin que la sustitución de BROW por NAILS en el signo pedido que cuente con la capacidad suficiente para desvirtuar dicha identidad.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos y servicios.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, en relación a las presuntas diferencias gráficas, fonéticas y conceptuales entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto y/o servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>ii) Que, respecto a la argumentación de que, atendido el principio de especialidad, la cobertura solicitada distinguiría un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los productos yservicios que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual forma los productos y servicios que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>iii) Que, en cuanto a que la marca solicitada pretende protección sobre un conjunto marcario y no sobre segmentos aisladamente considerados. En el presente caso, dicha hipótesis no se configura por cuanto se detalló en la observación de fondo que los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto del punto de vista grafico como fonético.<br>iv) Que, respecto al argumento de que actualmente coexisten de forma pacífica en el mercado nacional una serie de registros marcarios será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>Que en relación a la pertinencia de las pruebas acompañadas por el solicitante, cabe señalar que no resultan suficientes ni conducentes para desvirtuar la aplicación de la prohibición de registro observada, toda vez que ellas no dicen relación o carecen de referencia respecto a diferencias gráficas o fonéticas entre los signos que despejen cualquier tipo de riesgo de confusión entre ellos. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1°y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638805 | Rodolfo Aste Vaccari | Denominativa | La Olla | Vistos,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 03 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en el artículo 20 letra E) de la Ley N° 19.039, por considerar que la marca solicitada un conjunto descriptivo, indicativo y carente de distintividad. El conjunto pedido resulta descriptivo y carente de distintividad. En efecto, el signo solicitado se compone de la expresión “LA OLLA”, en circunstancias que dicho término corresponde al nombre de un juego de adivinanzas por equipos de estilo mímica en el cual se deben adivinar conceptos escritos en papeles y depositados en un recipiente. Se juega en rondas de mímica, palabra clave o la descripción del concepto, que debe ser adivinado en un lapso de tiempo determinado. Por lo tanto, la marca pedida describe la naturaleza de los productos solicitados. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial.<br>Que, con fecha 04 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando que, el signo solicitado cumpliría con todos los requisitos legales para ser considerada una marca comercial al ser distintiva. Precisa que la marca debe analizarse como conjunto. Señala que, el signo pedido debe ser considerado como una marca evocativa, debido a que únicamente entrega al consumidor una idea respecto del rubro que busca proteger.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que, de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o los servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra E) de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse*", determina la imposibilidad de registro de: Signos **genéricos**, que este Instituto ha entendido como aquellos que usan el nombre propio de un producto o servicio para su designación, de modo que coinciden con el término que generalmente identifica dicho producto o servicio; **descriptivos o indicativos**, que son aquellos que entregan al público consumidor de forma directa o evidente información sobre una o varias características, cualidades u otros antecedentes esenciales que pueden servir para designar las particularidades del producto o servicio de que se trate, tales como su género o naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | destinación, peso, valor o cualidad; y **desprovistos de carácter distintivo**, dentro de los cuales se encuentran aquellos términos de utilización común en el mercado y aquellos excesivamente simples o excesivamente extensos, respecto de los cuales el consumidor no podrá asociar un origen empresarial específico y determinado dado que no poseen ninguna capacidad para diferenciar con claridad los productos y/o servicios ofrecidos y/o prestados por una persona de aquellos ofrecidos y/o prestados por otra.<br>Que, para determinar la concurrencia de la causal de irregistrabilidad aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla y que contempla los siguientes cuatro pasos sucesivos y excluyentes, esto es, en caso de concluir que no procede la protección marcaria conforme un criterio, no se prosigue con el siguiente paso: (a) En primer lugar debe atenderse al significado ordinario de las palabras "para el público relevante", de acuerdo al sentido o alcance contenido, ya sea en diccionarios, en ejemplos de uso descriptivo del término o bien que se deduzca claramente del significado común del término. Si conforme este criterio el signo es una indicación apropiada y relevante de la finalidad o función del producto y/o servicio, a lo menos, existe evidencia preliminar de que el signo es descriptivo. (b) En segundo lugar, la prueba de la imaginación, cuya finalidad es medir la relación entre las palabras de la marca y el producto o servicio al que se aplican. De esta forma si un término "requiere imaginación, pensamiento y la percepción para llegar a una conclusión en cuanto a la naturaleza de los bienes," esto es, cuando requiere una construcción intelectual adicional, se considera un término evocativo o sugestivo, y podría ser susceptible de protección marcaria. (c) El tercer paso consiste en preguntarse si el signo es necesario para la competencia del mercado relevante, al cual va dirigido el producto o servicio; esto es, establecer si los competidores serían propensos a necesitar los términos utilizados en la marca solicitada para la descripción de sus productos y/o servicios. Así, un término será descriptivo conforme este criterio, si se refiere generalmente a aquellos que los competidores que comercializan productos o servicios similares, encontrarían útiles en la identificación de sus propios bienes o servicios. (d) El último y cuarto |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | paso de este método requiere determinar el grado en que un término ha sido efectivamente utilizado por otros competidores que comercializan un producto o servicio similar. Esto está relacionado con la circunstancia de si los competidores tienen o no, la posibilidad de encontrar una marca útil para describir sus productos o servicios.<br>Que efectuada esa revisión, se ha podido constatar que el signo requerido es de tipo descriptivo o indicativo, toda vez que entrega información de forma directa o evidente al público consumidor sobre una o varias características, cualidades u otros antecedentes esenciales que pueden servir para designar las particularidades del ámbito de protección que pretende distinguir, tales como su género o naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad; y al mismo tiempo se trata de un conjunto desprovistos de carácter distintivo, por cuanto se encuentra construido en base a términos de utilización común en el mercado respecto de los cuales el consumidor no podrá asociar un origen empresarial específico y determinado.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente,<br>Que, respecto al argumento de ser el signo pedido una marca evocativa. Se debe señalar que un término evocativo o sugestivo, es aquel que hace referencia a uno o varios de los atributos del producto o servicio, o tal como lo ha señalado el Tribunal de Propiedad Industrial "…aquellas que sugieren ciertas cualidades o destinaciones de los productos o servicios que distinguen. Este tipo de marcas exigen al consumidor o usuario hacer uso de su imaginación y raciocinio para relacionar la marca con la respectiva cualidad o destinación que sugieren". Que del análisis del signo pedido se concluye que la información que entrega es clara y directa, no siendo necesario construcción intelectual alguna para vincularlo al pretendido ámbito de protección, circunstancias que obstan a su comprensión y/o clasificación como marca evocativa.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra e), y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra e) en relación al artículo 19 |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638817 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de Deutsche Transnational Trustee Corporation Inc | Denominativa | ALPHAPET | Con fecha 2 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N°1013103, marca ALFA DOG, que distingue alimentos para animales de compañía, de la clase 31;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638826 | Gonzalo Del Solar Celedón, en representación de Grupo RPM SpA | Mixta | OFEN | Con fecha 3 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N°1442786, marca HOFFEN, que distingue Canilleras para uso deportivo; balones en cuanto artículos deportivos; envolturas de manos para uso deportivo; equipos de deportivo y de entrenamiento físico; equipos deportivos para levantar pesas; equipos deportivos y de ejercicio físico; escudos de potencia para uso deportivo; espinilleras para uso deportivo; estuches en forma de carcaj para artículos deportivos; guantes específicamente diseñados para uso deportivo; muñequeras para uso deportivo; pelotas en cuanto artículos deportivos; protectores abdominales para uso deportivo; protectores de cadera para uso deportivo; protectores de cintura para uso deportivo; protectores de clavícula para uso deportivo; protectores de cuello para uso deportivo; protectores de palma para uso deportivo; protectores de palmas de mano para uso deportivo; protectores de tobillo para uso deportivo; protectores faciales para uso deportivo; sacos de boxeo para uso deportivo; vendas para las manos para uso deportivo; petos protectores para deportes; guantes de boxeo; guantes de foco para boxeo; peras de boxeo (para práctica de boxeo); punching-balls para el boxeo; sacos de boxeo; sacos de entrenamiento para boxeo; escudos de entrenamiento para karate; escudos para las patadas de karate; espinilleras de karate; focos de entrenamiento para karate; guantes de karate; protectores de abdomen para karate; almohadillas de patada para taekwondo; almohadillas para patadas de taekwondo; guantes de taekwondo; protectores de abdomen para taekwondo; balones de fútbol; canilleras de fútbol; cinturones de halterofilia; cinturones de pesa [artículos de deporte]; guantes de arquero, de la clase 28; Registro N°1309345, marca MULLER OFEN, que distingue Hornos de cocina eléctricos para uso doméstico, hervidores eléctricos, tostadores eléctricos para uso doméstico, utensilios de cocción eléctricos, hornos microondas, cocinas (aparatos), campanas extractoras para cocinas, de la clase 11; Solicitud N°1629830, marca OF OFEN PANADERIA ARTESANAL, que distingue productos de panadería sin gluten;macarons (productos de pastelería);macarons [pastelería];masa de pastelería;masa de pastelería enrollada;mezclas para la elaboración de productos de panadería;productos de bollería;bollería (productos a base de |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | harina);bollería;torta de milhojas (productos de pastelería);productos de pastelería y repostería;productos de pastelería italianos;productos de pastelería franceses;productos de pastelería de chocolate;productos de pastelería danesa;productos de pastelería congelados;productos de pastelería a base de verduras y carne;productos de pastelería a base de naranjas;productos de pastelería a base de frutas;productos de pastelería a base de fruta;productos de pastelería a base de cremas y fruta;productos de pastelería a base de cremas;productos de pastelería a base de almendras;productos de pastelería;productos de pastelería a base de verduras y carne de aves;productos de pastelería a base de verduras y pescado;porciones de pasteles [productos de pastelería];pastelería;pastelería a base de naranjas;pastelerías;pastelitos dulces y salados (productos de pastelería);rellenos de chocolate para productos de panadería, de la clase 30; servicios de venta al por menor de productos de panadería;servicios de venta minorista de productos de panadería;servicios de venta minorista en relación con productos de panadería;servicios de venta minorista prestados por panaderías;servicios de venta al por menor de productos de pastelería, de la clase 35;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638827 | Juan Carlos Bozo Herrera | Mixta | El Columnista | Con fecha 3 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley N° 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20 letra e), "No son registrables las expresiones o signos empleados para indicar el género, naturaleza, origen, nacionalidad, procedencia, destinación, peso, valor o cualidad de los productos o servicios; las que sean de uso general en el comercio para designar |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | cierta clase de productos o servicios, y las que no presenten carácter distintivo o describan los productos o servicios a que deban aplicarse.”. El conjunto pedido resulta descriptivo, indicativo y carente de distintividad. En efecto, el signo solicitado se compone de la expresión “EL COLUMNISTA”, en circunstancias que “Columnista” es un periodista que escribe una columna (artículo de prensa escrito (y a veces firmado), que se modifica cada cierto tiempo en un diario o revista), en un medio de comunicación escrito como diarios o revistas convencionales o digitales a través de Internet, de modo que la denominación solicitada describe la naturaleza de los servicios solicitados, además de que indica la procedencia de los mismos. A lo que debe agregarse que el signo se encuentra construido en base a términos de uso común, y por no ser susceptible de distinguir en el mercado un único origen empresarial no corresponde concesiones de uso exclusivo ni excluyente a nadie en particular. Por último la marca pedida y su representación gráfica no resultan suficiente para dotar al signo de la distintividad necesaria para que sea susceptible de amparo marcario. Circunstancias todas que obstan al otorgamiento de un registro de marca comercial<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638839 | Judith Olivia López Cumsille, en representación de ECO CAPITAL CHILE S.A | Mixta | Restaurante Rafaella | Con fecha 2 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N°1396819, marca RAFFAELLA, que distingue Preparación de alimentos; preparación de alimentos y bebidas; servicios de restaurantes de comidas para llevar; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de bares de comida rápida; restaurantes de comida rápida; información y asesoramiento en materia de preparación de comidas; cafés-restaurantes; pizzería (restaurant); servicios de fuente de soda (restaurant), de la clase 43;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638841 | Judith Olivia López Cumsille, en representación de ECO CAPITAL CHILE S.A | Mixta | LR HOTELES | Con fecha 2 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N°1465305, marca PIZZERÍA LR DESDE 1957, que distingue Pizzerías; pizzería (restaurant); servicios de catering; servicios de bares y de catering; servicios de catering de especialidades de comida italiana; servicios de catering en puestos móviles; servicios de catering móvil; servicios de catering para banquetes; servicios de catering para bodas; cafés-restaurantes, de la clase 43;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638860 | Rodrigo Alejandro Frohlich Lobo, en representación de Comercial Frohlich Spa | Mixta | Ruso | Vistos,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 03 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1483834, marca VRUSSO, que distingue vestuario, de la clase 25.<br>Que, con fecha 31 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo. Solicita limitar la cobertura pedida en la clase 25. Luego señala que, la marca solicitada poseería elementos que la diferenciarían de la marca previa. Hace presente que, en atención a la limitación de cobertura solicitada, es que los productos de cada marcan son diferentes y no relacionado, por lo que debería aplicarse en autos el principio de especialidad marcaria. Agrega que, analizadas las marcas en su conjunto y según el criterio de la apreciación global, se apreciaría que estás poseerían evidentes diferencias gráficas y fonéticas que impedirían todo tipo de error o confusión entre los consumidores.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que, de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."*<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto comparte elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica y fonética de la marca solicitada, que ella posee una estructura y configuración que resulta fácilmente confundible en relación con la marca previa, adoleciendo el signo pedido de algún complemento, segmento o elemento adicional que resulte suficiente para diferenciar claramente a los respectivos signos:<br>Marca solicitada<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos pedidos.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, respecto a la argumentación de que la cobertura solicitada en autos distingue un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los productos que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | forma los productos que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>ii) Que, en relación a las presuntas diferencias entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto o un servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1° y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638869 | Rodrigo Francisco Caro Canario, en representación de Feelatacama spa | Mixta | FEEL | Con fecha 3 de marzo de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación al Registro N°1342106, marca FEEL GOOD, que distingue Alquiler de alojamiento temporal; facilitación de alimentos y bebidas; facilitación de instalaciones para exposiciones; hostales; preparación de alimentos y bebidas; reserva de hoteles; reserva de restaurantes; restaurantes de comida rápida; salones de te; servicios de banquetes; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de cafetería; servicios de restaurante y catering; servicios de restaurantes de comida para llevar, de la clase 43; Registro N°1342105, marca FEEL GOOD, que distingue Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes; acondicionamiento de productos; distribución [reparto] de productos; reparto y almacenamiento de productos, de la clase 39; Registro N°979208, marca FEEL PATAGONIA, que distingue Servicios de organización de viajes, excursiones, cruceros, servicios de transporte aéreo, marítimo, fluvial y terrestre de pasajeros, mercancía y valores, de la clase 39; Registro N°1218368, marca FEEL WELCOME, que distingue Servicios de hotel y restaurante; alojamiento temporal; hoteles; servicios de cafeterías, de salones de té, de bares (excepto clubes); servicios de reservas de restaurantes, servicios de reserva de alojamiento temporal y servicios de alojamiento temporal en hoteles u hostales; provisión de información acerca de hoteles, alojamiento temporal y restaurantes; reserva y alquiler de habitaciones, salas de conferencia y espectáculos y salas de reuniones; reserva y alquiler de habitaciones, salones y espacios para seminarios, banquetes, fiestas y cócteles; consultoría y asesoría no profesional en relación con servicios de hoteles y restaurantes, organización de alojamientos temporales, de la clase 43;<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638882 | Matías Raúl Morales Gutiérrez | Mixta | S T H | Con fecha 26 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N° 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra. De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4° y 5° del art. 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H) Inciso 1°. Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | clases relacionadas, en relación a la solicitud N°991869751, marca STH, que distingue Bandas para la cabeza [prendas de vestir]; bermudas [prendas de vestir]; blusas [prendas de vestir]; bodys [prendas de vestir]; calentadores [prendas de vestir]; calentadores de manos [prendas de vestir]; chamarras rompeviento [prendas de vestir]; chaquetas en cuanto prendas de vestir; chaquetas ligeras [prendas de vestir]; cinturones (prendas de vestir); conjuntos para jugar [prendas de vestir]; cuellos en cuanto prendas de vestir; envolturas para la cabeza [prendas de vestir]; guantes (prendas de vestir); jerseys [prendas de vestir]; manoplas [prendas de vestir]; pasamontañas de esquí [prendas de vestir]; pañoletas [prendas de vestir]; prendas de vestir de deporte; prendas de vestir impermeables; prendas de vestir inteligentes con componentes digitales incorporados; prendas de vestir inteligentes con sensores de biochips; prendas de vestir para bebés y niños pequeños; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para la intemperie; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para seres humanos; prendas de vestir, calzado y artículos de sombrerería; shorts en cuanto prendas de vestir; calzado de atletismo; calzado de baile; calzado de boxeo; calzado de béisbol; calzado de ciclistas; calzado de deporte; calzado de deporte para fútbol; calzado de golf; calzado de hockey sobre césped; calzado especial de deporte; calzado para actividades deportivas; ropa interior; calcetines; sombreros; gorras; gorras de béisbol, de la clase 25 (registro N° 1489897)<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas y/o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638889 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Catalina Paz Espinoza Lagos | Mixta | Catalinas | Vistos,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 13 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1232616, marca CENTRO MÉDICO SANTA CATALINA, que distingue Servicios hospitalarios, clínicas, casas de convalecencia y reposo, hospicios, sanatorios; alquiler de instalaciones sanitarias. Servicios médicos en general y servicios de salud en todas las áreas o ramas de la medicina; centros de salud; servicios de prestaciones para protección, recuperación y rehabilitación de la salud; servicios de psicología y odontología; servicios ópticos; de cirugía estética, atención al enfermo, fecundación in vitro, inseminación artificial; arte dental; fisioterapia, implantación de cabellos, quiropráctica, desintoxicación de toxicómanos, aromaterapia, servicios de laboratorios de muestras médicas (exámenes a pacientes). Bancos de sangre de la clase 44. Solicitud N°1636399, marca MINIMARKET Catalina, que distingue servicios de compra y venta al por mayor y al detalle de productos de las clases 1 a la 34, de la clase 35.<br>Que, con fecha 31 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes que, del análisis al conjunto de las marcas en supuesto conflicto, se apreciaría que existen evidentes diferencias gráficas y fonéticas que las hacen distintas una de la otra, lo que evitaría que se generen confusiones entre los consumidores. Añade que coexisten pacíficamente varias marcas que coinciden en sus términos distintivos. Señala que el titular del registro base de la observación de fondo no habría presentado oposición en contra del signo pedido.<br>Considerando:<br><br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que, de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."*<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto comparte elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica y fonética de la marca solicitada, que ella posee una estructura y configuración que resulta fácilmente confundible en relación con las marcas previas, adoleciendo el signo pedido de algún complemento, segmento o elemento adicional que resulte suficiente para diferenciar claramente a los respectivos signos:<br>Marca solicitada |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los servicios pedidos.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, respecto al argumento de que actualmente coexisten de forma pacífica en el mercado nacional una serie de registros marcarios que poseen elementos distintivos en común, será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>ii) Que, en relación a las presuntas diferencias entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto o un servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>iii) Que, la ausencia de oposiciones no constituye una circunstancia que permita presumir la tolerancia del titular de la marca base de la observación de fondo para el registro del signo pedido, ni menos una justificación o impedimento para notificar una observación de fondo |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | cuando se estima que concurre cualquiera de las causales de irregistrabilidad que contempla el artículo 20 de la Ley N°19.039.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1° y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638895 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Héctor Hernán Ruiz Calderón | Mixta | Sudamericanburger | Vistos,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 27 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1208819, marca CAFESUDAMERICA, que distingue Servicios de hoteles, restaurantes, bares y servicios de preparación de alimentos o bebidas para el consumo de la clase 43.<br>Que, con fecha 23 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes que, del análisis al conjunto de las marcas en supuesto conflicto, se apreciaría que existen evidentes diferencias gráficas y fonéticas que las hacen distintas una de la otra, lo que evitaría que se generen confusiones entre los consumidores. Añade que coexisten pacíficamente varias marcas que coinciden en sus términos distintivos. Señala que el titular del registro base de la observación de fondo no habría presentado oposición en contra del signo pedido.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que, de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."*<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado, por cuanto comparte elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica y fonética de la marca solicitada, que ella posee una estructura y configuración que resulta fácilmente confundible en relación con la marca previa, adoleciendo el signo pedido de algún complemento, segmento o elemento adicional que resulte suficiente para diferenciar claramente a los respectivos signos:<br>Marca solicitada<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los servicios pedidos.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, respecto al argumento de que actualmente coexisten de forma pacífica en el mercado nacional una serie de registros marcarios que poseen elementos en común, será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>ii) Que, en relación a las presuntas diferencias entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto o un servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>iii) Que, la ausencia de oposiciones no constituye una circunstancia que permita presumir la tolerancia del titular de la marca base de la observación de fondo para el registro del signo pedido, ni menos una justificación o impedimento para notificar una observación de fondo cuando se estima que concurre cualquiera de las causales de irregistrabilidad que contempla el artículo 20 de la Ley N°19.039.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1° y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO: Que se rechaza la solicitud de registro, por incurrir en la causal de irregistrabilidad del artículo 20 letra h) inciso 1° en relación al artículo 19 de la Ley 19.039, en base a los argumentos expuestos y aquellos contenidos en la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638907 | Juan Jorge Maldonado Huirimilla | Denominativa | Bahía Coffee Market | Con fecha 25 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios.<br>Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra.<br>De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4 y 5 del artículo 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H, Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N 1355915, marca BAHIA CLUB, |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | que distingue Servicios de hoteles, restaurante, bares y preparación de alimentos y bebidas listas para su consumo de la clase 43.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Se debe tomar en consideración que el consumidor en general observará las marcas en forma separada, y no simultánea, lo que permitirá conocer a través de la impresión o imagen dejada por la una, si esta recuerda la imagen de otra<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638908 | Eduardo Claudio Nieto Catalán | Denominativa | LOS HISTÓRICOS BANANA'S V | Con fecha 25 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra.<br>De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4 y 5 del artículo 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra F, No podrán registrarse como marcas las que se presten para inducir a error o engaño respecto de la procedencia, cualidad o género de los productos o servicios, comprendidas aquellas pertenecientes a distintas clases cuyas coberturas tengan relación o indiquen una conexión de los respectivos bienes o servicios. En efecto, |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | revisados los antecedentes y efectuadas búsquedas en el buscador de google es posible establecer que el signo pedido corresponde al nombre del grupo musical, asimismo se informa que dicho grupo está compuesto por varios integrantes, por lo que de concederse el signo pedido a un tercero distinto de sus integrantes o a uno sólo de ellos inducirá a toda clase de errores y engaños respecto del verdadero origen o procedencia empresarial de los servicios pedidos.<br>Artículo 20, letra H, Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N 1069971, marca LOS BANANA CINCO, que distingue Servicios de grupo musical, de la clase 41.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella<br>En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Se debe tomar en consideración que el consumidor en general observará las marcas en forma separada, y no simultánea, lo que permitirá conocer a través de la impresión o imagen dejada por la una, si esta recuerda la imagen de otra<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638917 | Rodrigo Andrés Escandor Silva | Mixta | LA MANO DEL YETI DESDE 1908 CERVEZA | Con fecha 26 de febrero de 2026, fue notificada la siguiente resolución de observación de fondo:<br>CONSIDERANDO: Que de acuerdo a lo dispuesto en el Título II, artículos 19, 20 y 22, de la Ley 19.039, encontrándose vencido el plazo para deducir oposiciones, se procede a realizar el examen de fondo, cuya finalidad es analizar el signo pedido para determinar si éste reúne los requisitos necesarios para constituirse en marca y obtener registro.<br>Que las marcas se definen en el artículo 19 de la Ley N 19.039 como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios.<br>Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. En este sentido, contribuyen a evitar la confusión del público consumidor proporcionando una valiosa información a estos últimos para tomar decisiones de compra.<br>De ahí que el derecho del titular de una marca esté referido a impedir que cualquier tercero, sin su consentimiento, utilice en el curso de las operaciones comerciales marcas idénticas o similares, para productos o servicios que sean idénticos o similares a aquellos para los cuales ha obtenido el registro, siempre que el uso hecho por el tercero pueda inducir a error o confusión.<br>Que, habiéndose analizado el signo solicitado, tanto en sí mismo, como en relación a las marcas anteriores registradas o solicitadas válidamente con anterioridad ante INAPI, de conformidad a lo dispuesto en los incisos 4 y 5 del artículo 22 de la ley ya citada, se informa al solicitante que la marca pedida incurre en la siguiente causal de prohibición de registro, que podría dar lugar al rechazo de oficio de la solicitud presentada:<br>Artículo 20, letra H, Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas, en relación al Registro N 1322002, marca YETI, que |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | distingue Bebidas alcohólicas (excepto cerveza); Aguardiente de uva, bebidas espirituosas y aperitivos. Cócteles, cócteles sour y cocktails alcohólicos. Bebidas alcohólicas (excepto cerveza), espumantes, sidras, chichas (bebida alcohólica de fruta fermentada), vinos y licores de la clase 33. Registro N 1322001, marca YETI, que distingue Cerveza de la clase 32.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en conflicto, esto es su ámbito de protección, que se define por los productos o servicios que se pretenden distinguir en el mercado. De acuerdo al principio de especialidad, podrán coexistir sin dificultad marcas semejantes e incluso idénticas, si distinguen coberturas distintas y no relacionadas. En la especie nos encontramos ante marcas cuyas coberturas son en parte idénticas y en parte relacionadas. Por lo anterior, es de toda lógica afirmar que los destinatarios finales de la cobertura pedida son los mismos de aquella amparada por la marca previa fundante de la observación de fondo, coincidiendo además en cuanto a su naturaleza, función o finalidad y canales de comercialización.<br>En segundo lugar, y habiendo quedado establecido que en la especie se está ante signos que pretenden distinguir coberturas idénticas o relacionadas se ha procedido a analizar las semejanzas entre los signos a fin de determinar si la marca solicitada presenta identidad o semejanza determinante con la marca previa de forma de poder confundirse con ella. En el caso que nos ocupa, los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, ya que no se advierten en la marca solicitada elementos que al confrontarla con el signo invocado en la observación, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>Se debe tomar en consideración que el consumidor en general observará las marcas en forma separada, y no simultánea, lo que permitirá conocer a través de la impresión o imagen dejada por la una, si esta recuerda la imagen de otra<br>Por tanto y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos |

**Sección M6:**

Rechazadas a Registro

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión para los consumidores<br>Que, el solicitante no contestó a la observación de fondo.<br>Que, en mérito de los antecedentes se procede a ratificar la observación de fondo y en consecuencia se rechaza la solicitud de autos. |
| 1640216 | Jaime Andrés Fernández Oyarce, en representación de CENTRO DE FORMACIÓN LABORAL LTDA. | Mixta | IFP CHILE Instituto de Formación Profesional | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M7:**

Apelaciones Administrativas por interpuestas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1586068 | SILVA ABOGADOS , en representación de ZEPHIR SAS | Mixta | ZEPHIR | A lo principal: Téngase por interpuesto Recurso de Apelación, concédase y elévense los autos al Tribunal de propiedad industrial.<br>Al 1° otrosí: Téngase presente la acreditación del pago del derecho equivalente a 2 UTM exigido por el artículo 18 bis C de la Ley 19.039, ha sido efectuado electrónicamente en la Tesorería General de la República (TGR) mediante el sistema electrónico habilitado por INAPI en su sitio web institucional y que puede ser verificado en la página www.tesoreria.cl, sección Comprobante pago sitio, e ingresando los campos RUT PAGADOR, N° de FORMULARIO y FOLIO.<br>Al 2° otrosí: Téngase presente.<br>Al 3° otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |
| 1624795 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en representación de COMERCIALIZADORA HOSPITALMARKET SPA | Mixta | HospitalMarket | A lo principal: Téngase por interpuesto Recurso de Apelación, concédase y elévense los autos al Tribunal de propiedad industrial.<br>Al 1° otrosí: Téngase presente la acreditación del pago del derecho equivalente a 2 UTM exigido por el artículo 18 bis C de la Ley 19.039, ha sido efectuado electrónicamente en la Tesorería General de la República (TGR) mediante el sistema electrónico habilitado por INAPI en su sitio web institucional y que puede ser verificado en la página www.tesoreria.cl, sección Comprobante pago sitio, e ingresando los campos RUT PAGADOR, N° de FORMULARIO y FOLIO.<br>Al 2° otrosí: Ocúrrase ante quien corresponda.<br>Al 3° otrosí: Téngase presente<br>Al 4° otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M7:**

Apelaciones Administrativas por interpuestas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1627241 | SILVA ABOGADOS , en representación de Eleven Labs Inc. | Mixta | ElevenLabs | A lo principal: Téngase por interpuesto Recurso de Apelación, concédase y elévense los autos al Tribunal de propiedad industrial.<br>Al 1° otrosí: Téngase presente la acreditación del pago del derecho equivalente a 2 UTM exigido por el artículo 18 bis C de la Ley 19.039, ha sido efectuado electrónicamente en la Tesorería General de la República (TGR) mediante el sistema electrónico habilitado por INAPI en su sitio web institucional y que puede ser verificado en la página www.tesoreria.cl, sección Comprobante pago sitio, e ingresando los campos RUT PAGADOR, N° de FORMULARIO y FOLIO.<br>Al 2° otrosí: Téngase presente.<br>Al 3° otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |
| 1629797 | Brian Colin Dunford Álamos, en representación de KISS NAIL PRODUCTS, INC. | Mixta | i ENVY | A lo principal: Téngase por interpuesto Recurso de Apelación, concédase y elévense los autos al Tribunal de propiedad industrial.<br>Al 1° otrosí: Téngase presente la acreditación del pago del derecho equivalente a 2 UTM exigido por el artículo 18 bis C de la Ley 19.039, ha sido efectuado electrónicamente en la Tesorería General de la República (TGR) mediante el sistema electrónico habilitado por INAPI en su sitio web institucional y que puede ser verificado en la página www.tesoreria.cl, sección Comprobante pago sitio, e ingresando los campos RUT PAGADOR, N° de FORMULARIO y FOLIO.<br>Al 2° otrosí: Ocúrrase ante quien corresponde.<br>Al 3° otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M8:**

Cúmplase de apelaciones administrativas

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M9:**

Resoluciones de pagos incompletos

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M10:**

Avisos de rectificaciones de extractos para publicación en Diario Oficial

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1631776 | Christian Gustavo Ernst Suárez, en representación de AMAZON TECHNOLOGIES, INC.<br>Resolución de aceptación parcial a registro | Denominativa | FBA | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 09 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, respecto al Registro N 1208470, marca FBA, que distingue Alambres de acero; aleaciones de metales comunes; bisagras metálicas; bridas de fijación metálicas para cables y tubos; cajas fuertes; cerraduras metálicas que no sean eléctricas; conductos de agua metálicos; materiales de construcción metálicos; quincalla; tornillos metálicos de la clase 6; Acumuladores de calor; aparatos e instalaciones de refrigeración; aparatos para baños; aparatos y máquinas para purificar el agua; encendedores de gas; instalaciones automáticas para abrevar; instalaciones de calefacción por agua caliente; lámparas [aparatos de iluminación]; placas calentadoras; radiadores eléctricos, de la clase 11.<br>Que, con fecha 14 de abril de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes, que atendido el principio de especialidad las marcas en conflicto distinguirían coberturas distintas, que no existe oposición.<br>Que, en atención a las causales de irregistrabilidad notificadas, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, en cuanto a la causal letra h) inciso 1° de la ley N°19.039, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas "Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>Que, la marca solicitada en relación a la marca previa distingue un ámbito de protección relacionado. Por una parte, la relación de coberturas se |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | debe a que a través de los servicios de venta de clase 35 que pretende amparar la marca solicitada, se puede perseguir la finalidad de poner a disposición de los consumidores los productos de la clase 6 y 11 protegidos por la marca previa, pudiendo ser dichos ámbitos de protección complementarios o incluso competencia uno del otro. En este sentido, se considera que si los mencionados servicios pedidos se utilizaran para poner directamente a disposición de los consumidores, los productos de clase 6 y 11 de la marca fundante de la observación de fondo, en ese caso se produciría convergencia en los consumidores finales. Por otra parte, la relación de coberturas se debe a que a través de los servicios de transporte y afines de clase 39 se persigue poner directamente a disposición de los consumidores a través de su transporte, almacenamiento o distribución los productos de la clase 6 y 11 protegidos por la marca previa, pudiendo ser dichos ámbitos de protección complementarios o incluso competencia uno del otro. En este sentido, se considera que si los mencionados servicios pedidos se utilizaran para transportar, almacenar o distribuir los productos de clase 6 y 11 de la marca fundante de la observación de fondo, en ese caso se produciría convergencia en los consumidores finales<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra. |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, se puede advertir que las marcas en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas determinantes, ya que coinciden en su segmento FBA, sin que se haya adicionado ningún complemento en el signo pedido que cuente con la capacidad suficiente para desvirtuar dicha identidad.<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los servicios.<br>Atendido lo ya expuesto, y teniendo en cuenta el principio de especialidad de las marcas, no se advierte impedimento jurídico para otorgar la marca pedida para el resto de la cobertura solicitada.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que, respecto a la argumentación de que, atendido el principio de especialidad, la cobertura solicitada distinguiría un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los servicios que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual forma los servicios que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>ii) Que la ausencia de oposiciones no constituye una circunstancia que permita presumir la tolerancia del titular de la marca base de la observación de fondo para el registro del signo pedido, ni menos una justificación o impedimento para notificar una observación de fondo cuando se estima que concurre cualquiera de las causales de irregistrabilidad que contempla el artículo 20 de la Ley N°19.039.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra f) y h) inciso 1°, y en el Reglamento de dicha ley, |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1631776 | Christian Gustavo Ernst Suárez, en representación de AMAZON TECHNOLOGIES, INC.<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Denominativa | FBA | A lo principal: por contestada observación de fondo.<br>Al otrosi: téngase presente. |
| 1633154 | Joel Jeremías Garrido Lillo, en representación de SERVICIOS DE INGENIERIA Y MANTENIMIENTO INTEGRAL INGEOCLIMA SpA<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | INGEOCLIMA climatización & servicios integrales | Por contestada observación de fondo. |
| 1637072 | Antonia Alcaíno Izquierdo, en representación de SEDA LIMITADA<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | seda | Téngase por aclarada limitación de cobertura. Corrijase base de datos. |
| 1637072 | Antonia Alcaíno Izquierdo, en representación de SEDA LIMITADA<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | seda | Por contestada observación de fondo. |
| 1637369 | Guillermo Hernán Beamin Anguita, en representación de Roberto Mauricio Román Marcos<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Denominativa | DECOSIDING | Por contestada observación de fondo. |
| 1637752 | Jorge Andrés Cerda Godoy, en representación de Distribuidora Comercial Queen CLO SpA<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | CLO hair | Por contestada la observación de fondo. |
| 1637752 | Jorge Andrés Cerda Godoy, en representación de Distribuidora Comercial Queen CLO SpA<br>Resolución de aceptación parcial a registro | Mixta | CLO hair | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha de 12 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letras h) inciso 1 de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética y se presta para inducir a confusión, error y/o engaño respecto de la procedencia de los productos y/o servicios, respecto al Registro N 1429137, marca CLO CLÍNICA OFTALMOLÓGICA, que distingue Consultoría en asistencia médica provista por doctores y personal médico especializado; servicios de oftalmología; servicios de cirugía; servicios de clínicas de salud de la clase 44. |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, con fecha 26 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando los siguientes argumentos: 1) Diferencia gráfica y fonética, 2) Principio de especialidad.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios y/o establecimientos solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra H) de la Ley 19.039 señala que “No podrán registrarse como marcas aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas". Se agrega que esta causal será igualmente aplicable respecto de aquellas marcas no registradas que estén siendo real y efectivamente usadas con anterioridad a la solicitud de registro dentro del territorio nacional.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos, o servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales. La marca solicitada en relación a las marcas registradas distingue un ámbito de protección relacionado respecto a los servicios consistentes en servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, de la clase 44, por cuanto comparten elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para determinar la concurrencia de la causal de irregistrabilidad aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla a saber; analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que efectuada esa revisión, se ha podido constatar que el signo requerido presenta una configuración altamente similar, tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, atendido que la marca solicitada se encuentra completamente contenida en el registro citado al compartir el elemento distintivo CLO, sin que la adicción en la marca solicitada del término de uso común “HAIR”, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente,<br>I) Que, respecto al argumento de que la marca se diferencia tanto grafica como fonéticamente, debe ser desechada ya que realizado el análisis comparativo por este servicio se ha concluido que los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, atendido que el término distintivo de la marca solicitada es idéntica a el registro anterior, esto es, dado que el signo solicitado es CLO HAIR, sin que la adición del término HAIR, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>II) Que, el argumento que las marcas en conflicto poseen coberturas diferentes, será desvirtuado, fundado en que resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales. La marca solicitada en relación a la marca registrada fundamento de la observación de fondo están relacionados, respecto de los servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, debiendo excluirse de la protección. |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, conforme a todo lo expuesto, y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión y error o engaño para los consumidores acerca de la procedencia respecto de los servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, solicitados en clase 44.<br>Atendido lo ya expuesto, y teniendo en cuenta el principio de especialidad de las marcas, no se advierte impedimento jurídico para otorgar la marca pedida para el resto de la cobertura solicitada.<br>En mérito de autos y de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20, 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley:<br>1) Se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos, para la siguiente cobertura: servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, de la clase 44.<br>2) Y en definitiva, se concede parcialmente el registro solicitado, con protección al conjunto y sin protección al término "HAIR" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039, sólo para la cobertura que se indica a continuación peluquerías; servicios de cuidados de belleza y peluquería; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o para peluquerías de caballero; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; peluquerías para caballeros; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; salones de peluquería; servicios de peluquería; servicios de peluquería femenina; servicios de peluquería masculina; servicios de peluquerías; servicios de peluquerías para hombres; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de salones de peluquería; servicios de salones de peluquería de caballero; servicios de salones de peluquería de señora; servicios de salones de peluquería para miembros de cuerpos militares; servicios de salones de peluquería |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | para niños; servicios de salón de peluquería para niños; servicios de tratamientos de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; suministro de información sobre peluquerías y salones de belleza, de la clase 44. |
| 1637756 | Jorge Andrés Cerda Godoy, en representación de Distribuidora Comercial Queen CLO SpA<br>Resolución de aceptación parcial a registro | Denominativa | CLO Hair | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha de 12 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letras h) inciso 1 de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética y se presta para inducir a confusión, error y/o engaño respecto de la procedencia de los productos y/o servicios, respecto al Registro N 1429137, marca CLO CLÍNICA OFTALMOLÓGICA, que distingue Consultoría en asistencia médica provista por doctores y personal médico especializado; servicios de oftalmología; servicios de cirugía; servicios de clínicas de salud de la clase 44.<br>Que, con fecha 26 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando los siguientes argumentos: 1) Diferencia gráfica y fonética, 2) Principio de especialidad.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | así como también, cualquier combinación de estos signos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios y/o establecimientos solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra H) de la Ley 19.039 señala que “No podrán registrarse como marcas aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas”. Se agrega que esta causal será igualmente aplicable respecto de aquellas marcas no registradas que estén siendo real y efectivamente usadas con anterioridad a la solicitud de registro dentro del territorio nacional.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos, o servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | comerciales. La marca solicitada en relación a las marcas registradas distingue un ámbito de protección relacionado respecto a los servicios consistentes en servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, de la clase 44, por cuanto comparten elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para determinar la concurrencia de la causal de irregistrabilidad aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla a saber; analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que efectuada esa revisión, se ha podido constatar que el signo requerido presenta una configuración altamente similar, tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, atendido que la marca solicitada se encuentra completamente contenida en el registro citado al compartir el elemento distintivo CLO, sin que la adicción en la marca solicitada del término de uso común “HAIR”, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente, |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | I) Que, respecto al argumento de que la marca se diferencia tanto grafica como fonéticamente, debe ser desechada ya que realizado el análisis comparativo por este servicio se ha concluido que los signos en controversia presentan una configuración fácilmente confundible tanto desde el punto de vista gráfico como fonético, atendido que el término distintivo de la marca solicitada es idéntica a el registro anterior, esto es, dado que el signo solicitado es CLO HAIR, sin que la adición del término HAIR, permitan distinguirla con un grado adecuado de independencia y fisonomía propia.<br>II) Que, el argumento que las marcas en conflicto poseen coberturas diferentes, será desvirtuado, fundado en que resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales. La marca solicitada en relación a la marca registrada fundamento de la observación de fondo están relacionados, respecto de los servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, debiendo excluirse de la protección.<br>Que, conforme a todo lo expuesto, y teniendo en cuenta las semejanzas existentes entre los signos anteriormente examinados y a la luz de sus respectivos ámbitos aplicativos, se considera que su convivencia en el mercado generaría un evidente riesgo de confusión y error o engaño para los consumidores acerca de la procedencia respecto de los servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, solicitados en clase 44.<br>Atendido lo ya expuesto, y teniendo en cuenta el principio de especialidad de las marcas, no se advierte impedimento jurídico para otorgar la marca pedida para el resto de la cobertura solicitada.<br>En mérito de autos y de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20, 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley: |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | 1) Se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos, para la siguiente cobertura: servicios de tratamientos de salud prestados por saunas, de la clase 44.<br>2) Y en definitiva, se concede parcialmente el registro solicitado, con protección al conjunto y sin protección al término "HAIR" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039, sólo para la cobertura que se indica a continuación peluquerías; servicios de cuidados de belleza y peluquería; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o para peluquerías de caballero; alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; peluquerías para caballeros; puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes; salones de peluquería; servicios de peluquería; servicios de peluquería femenina; servicios de peluquería masculina; servicios de peluquerías; servicios de peluquerías para hombres; servicios de peluquerías y salones de belleza; servicios de salones de peluquería; servicios de salones de peluquería de caballero; servicios de salones de peluquería de señora; servicios de salones de peluquería para miembros de cuerpos militares; servicios de salones de peluquería para niños; servicios de salón de peluquería para niños; servicios de tratamientos de belleza prestados por saunas, salones de belleza, sanatorios, peluquerías y salones de masajes; suministro de información sobre el alquiler de máquinas y aparatos para salones de belleza o peluquerías de caballeros; suministro de información sobre peluquerías y salones de belleza, de la clase 44. |
| 1637756 | Jorge Andrés Cerda Godoy, en representación de Distribuidora Comercial Queen CLO SpA<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Denominativa | CLO Hair | Por contestada la observación de fondo. |
| 1637796 | Celia Montaño Maldonado, en representación de Miguel Ángel Soto Luizaga<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | ACTIVA | A lo principal: por contestada observación de fondo.<br>Al otrosi: por acompañado. |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1638098 | María Fernanda Barra Araos<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | MUJER CON RUMBO BY FER BARRA | Por acompañada declaración.<br>No ha lugar a la modificación del signo pedido en virtud del principio de prioridad en virtud del cual la marca se fija al momento de la presentación y no procede el cambio o modificación de ella a voluntad del solicitante. |
| 1638174 | Paulina Nazar Massuh, en representación de Joel Solorza Fredes<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Denominativa | zenarte | Por contestada observación de fondo. |
| 1638320 | Gabriel Jesús Morales Valdés, en representación de Healthy Family Chile Limitada<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | Healthy Kids | Por contestada observaciones de fondo.<br>No ha lugar a modificación del signo pedido por cuanto atendido el principio de prioridad, la marca se fija al momento de la presentación y no procede el cambio o modificación de ella a voluntad del solicitante. |
| 1638481 | Romina Lilian Guzman Aguilar<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | RG Beauty Spa | A escrito de fecha 24/03/2026: Téngase por contestada la observación de fondo. |
| 1638481 | Romina Lilian Guzman Aguilar<br>Resolución de aceptación parcial a registro | Mixta | RG Beauty Spa | Vistos,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 26 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1257542, marca R & G, que distingue perfumes, agua de tocador, agua de colonia, desodorantes para uso personal; aceites esenciales para uso personal; aceites para fines cosméticos; jabones no medicinales; leches cosméticas; mascaras de belleza; geles para el baño; geles para la ducha; espumas de baño; preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; cremas y lociones cosméticas para el cuidado de la cara y el cuerpo; cosméticos no medicinales; jabones para afeitar; geles para afeitar, espumas para afeitar; lociones para afeitarse; lociones para después de afeitarse; bálsamos para después de afeitarse; emulsiones para después de |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | afeitarse; lociones para el cabello; champús; preparaciones para remover de maquillaje; mascaras de maquillaje; removedor de barniz de uñas, colorete, lápices labiales lápiz para las cejas; polvos para el maquillaje; sombras para los ojos; lápices para fines cosméticos, de la clase 3. Registro N°1310120. RG REDLEARNING Formamos para crecer. Educación; Servicios de educación, enseñanza y capacitación vía internet y en todas sus formas; cursos de capacitación vía online; servicios de educación online; organización y dirección de charlas, conferencias, foros y seminarios presenciales y online. Publicación de revistas, libros y manuales en el ámbito de la medicina; Publicación en línea de libros y revistas especializadas en formato electrónico. Organización de seminarios, grupos de trabajo, grupos de investigación y convenciones en el campo de la medicina, clase 41.<br>Que, con fecha 24 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo. Solicita modificar la cobertura pedida en las clases 3 y 41. Luego señala que, del análisis al conjunto de las marcas en supuesto conflicto, se apreciaría que existen evidentes diferencias gráficas, fonéticas y figurativas que las hacen distintas una de la otra, lo que evitaría que se generen confusiones entre los consumidores. Sostiene que en atención a que los ámbitos de protección de cada marca son diferentes, es que corresponde aplicar en autos el principio de especialidad marcaria.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que, de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."*<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado respecto a mascarillas de belleza para el cabello, de clase 3; y academias [educación], de clase 41, por cuanto comparte elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica y fonética de la marca solicitada, que ella posee una estructura y configuración que resulta fácilmente confundible en relación con las marcas previas, adoleciendo el signo pedido de algún complemento, segmento o elemento adicional que resulte suficiente para diferenciar claramente a los respectivos signos:<br>Marca solicitada<br><br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos y servicios pedidos consistentes en mascarillas de belleza para el cabello, de clase 3; y academias [educación], de clase 41.<br>Atendido lo ya expuesto, y teniendo en cuenta el principio de especialidad de las marcas, no se advierte impedimento jurídico para otorgar la marca pedida para el resto de la cobertura solicitada.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Respecto a la solicitud de modificar la descripción de los productos de clase 3 y servicios de clase 41 pedidos, no ha lugar a la modificación, atendido el Principio de Prioridad en virtud del cual se fijan al momento de la presentación los aspectos relativos a la denominación, representación gráfica y ámbito de protección respecto de productos y/o servicios de la solicitud, los cuales solo pueden ser modificados excepcionalmente a petición de este Instituto para aclararlos o especificarlos.<br>ii) Que respecto a la argumentación de que la cobertura solicitada en autos distingue un ámbito de protección distinto al de la marca base de la observación de fondo. A este respecto, cabe destacar que es común que en un mercado en donde se ofrezcan los productos y servicios que pretende amparar la marca solicitada, se puedan adquirir o comercializar de igual forma los productos y servicios que ampara la marca registrada con anterioridad, pudiendo ser dichos ámbitos de protección sustitutos o incluso competencia uno del otro.<br>iii) Que, en relación a las presuntas diferencias entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto o un servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1° y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO:<br>1) Se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos, para la siguiente cobertura: mascarillas de belleza para el cabello, de clase 3; y academias [educación], de clase 41.<br>2) Y, en definitiva, se concede parcialmente el registro solicitado, con protección al conjunto y sin protección a “BEAUTY SPA” aisladamente considerado, de conformidad a lo dispuesto en el artículo 19 bis c, sólo para la cobertura que se indica a continuación: servicios de peluquerías y salones de belleza, de clase 44. |
| 1638629 | Jesus Manel Rechi Perez<br>Resolución de aceptación parcial a registro | Denominativa | TSUNAMI | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 3 de marzo de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N° 1040817. TSUNAMI. Prendas confeccionadas para señoras, caballeros y niños; calzado (excepto ortopedico) y artículos de sombrerería, clase 25.<br>Que, el solicitante no contestó la observación de fondo.<br>Considerando: |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."* |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales. La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado respecto a los productos pedidos consistentes en Ropa para artes marciales;shorts de lucha para artes marciales mixtas o de lucha cuerpo a cuerpo;uniformes de artes marciales;uniformes para artes marciales, clase 25, por cuanto comparte elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que efectuada esa revisión, se ha podido constatar que en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, que el elemento TSUNAMI de ella coincide idénticamente con el elemento TSUNAMI de la marca previamente registrada.<br>Marca solicitada \| Marca p<br>TSUNAMI<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los productos pedidos consistentes en Ropa para artes marciales;shorts de lucha para artes marciales mixtas o de lucha cuerpo a cuerpo;uniformes de artes marciales;uniformes para artes marciales, clase 25.<br>Atendido lo ya expuesto, y teniendo en cuenta el principio de especialidad de las marcas, no se advierte impedimento jurídico para otorgar la marca pedida para el resto de la cobertura solicitada.<br>En mérito de autos y de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20, 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley:<br>1) Se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos, para la siguiente cobertura: Ropa para artes marciales;shorts de lucha para artes marciales mixtas o de lucha cuerpo |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | a cuerpo;uniformes de artes marciales;uniformes para artes marciales, clase 25.<br>2) Y en definitiva, se concede parcialmente el registro solicitado, sólo para la cobertura que se indica a continuación: almohadillas deslizables para artes marciales;cojines de entrenamiento para artes marciales;equipos de entrenamiento para las artes marciales;escudos de golpeo para artes marciales;escudos protectores acolchados para artes marciales;espinilleras para artes marciales;guantes de foco para artes marciales;manoplas de artes marciales;protectores de abdomen para artes marciales, clase 28. |
| 1638633 | Nicolás García Lorca, en representación de Scivita Medical Technology Co., Ltd.<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | 3DINSIGHT | A lo principal: por limitada cobertura.<br>Al primer otrosi: por contestada observacion de fondo.<br>Al segundo otrosi: téngase presente.<br>Al cuarto otrosi: por acompañados. |
| 1638642 | Nicolás García Lorca, en representación de Scivita Medical Technology Co., Ltd.<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | 4KINSIGHT | A lo principal: téngase presente limitación de cobertura.<br>Al primer otrosi: por contestada observación de fondo.<br>Al segundo otrosi: téngase presente.<br>Al tercer otrosi: por acompañados. |
| 1638789 | JOHANSSON & LANGLOIS, en representación de ALIMENTOS POLAR COMERCIAL, C.A.<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Denominativa | CORINA | A escrito de fecha 10/03/2026:<br>A lo principal: Téngase por contestada observación de fondo.<br>Al primer otrosí: Téngase presente patrocinio y poder.<br>Al segundo otrosí: Téngase por acompañados. |
| 1638803 | ASESORIAS ALPHA PRIMA LIMITADA , en representación de Antonella Sofía Rosati Huguet<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | JELLY NAILS | A lo principal: por contestada observacion de fondo.<br>Al otrosi: téngase por acompañados. |
| 1638805 | Rodolfo Aste Vaccari<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Denominativa | La Olla | A escrito de fecha 04/03/2026: Téngase por contestada la observación de fondo. |
| 1638808 | Constanza Brunner Halpern | Mixta | contibrunnerphoto | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | Fondo - Res. Favorable Escrito | | | A escrito de fecha 02/03/2026: Téngase por contestada la observación de fondo. |
| 1638812 | Felipe Alejandro Varas Rodríguez<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | Patitas Crujientes | A escrito de fecha 01/04/2026: Téngase por contestada la observación de fondo. |
| 1638860 | Rodrigo Alejandro Frohlich Lobo, en representación de Comercial Frohlich Spa<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | Ruso | A escrito de fecha 131/03/2026: Téngase por contestada la observación de fondo, y como se pide, téngase por limitada la cobertura. Corríjase carátula. |
| 1638889 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Catalina Paz Espinoza Lagos<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | Catalinas | A escrito de fecha 31/03/2026: Téngase por contestada la observación de fondo. |
| 1638894 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Minora Del Carmen González Ávalos y Leonardo Patricio Alarcón Valdés<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | Agroserv | A escrito de fecha 31/03/2026: Téngase por contestada la observación de fondo. |
| 1638894 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Minora Del Carmen González Ávalos y Leonardo Patricio Alarcón Valdés<br>Resolución de aceptación parcial a registro | Mixta | Agroserv | Vistos,<br>Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 27 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N°1187909, marca AGROSERVET, que distingue Servicios de distribución, transporte, almacenaje, embalaje, bodegaje y empaquetado de todo tipo de mercaderías y productos, de la clase 39.<br>Que, con fecha 23 de marzo de 2026, el solicitante contestó la observación de fondo señalando, entre otros antecedentes que, del análisis al conjunto de las marcas en supuesto conflicto, se apreciaría que existen evidentes diferencias gráficas y fonéticas que las hacen distintas una de la otra, lo que evitaría que se generen confusiones entre los consumidores. Añade que coexisten pacíficamente varias marcas que coinciden en sus términos distintivos. Señala que el titular del registro |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | base de la observación de fondo no habría presentado oposición en contra del signo pedido.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado.<br>Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios* |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | *idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."*<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales.<br>La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado respecto a servicios de envasado de mercancías; empaquetado de productos, de la clase 39, por cuanto comparte elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, efectuada esa revisión, se ha podido constatar que, en cuanto a la representación gráfica y fonética de la marca solicitada, que ella posee una estructura y configuración que resulta fácilmente confundible en relación con la marca previa, adoleciendo el signo pedido de algún complemento, segmento o elemento adicional que resulte suficiente para diferenciar claramente a los respectivos signos:<br>Marca solicitada<br>Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que, al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los servicios pedidos consistentes en servicios de envasado de mercancías; empaquetado de productos, de la clase 39.<br>Atendido lo ya expuesto, y teniendo en cuenta el principio de especialidad de las marcas, no se advierte impedimento jurídico para otorgar la marca pedida para el resto de la cobertura solicitada.<br>En relación a las alegaciones del solicitante éste Instituto señala lo siguiente:<br>i) Que respecto al argumento de que actualmente coexisten de forma pacífica en el mercado nacional una serie de registros marcarios que poseen elementos en común, será desestimada por cuanto cada marca es analizada de conformidad a su propio mérito, por lo que las decisiones adoptadas por este Instituto en casos similares no son vinculantes para éste.<br>ii) Que, en relación a las presuntas diferencias entre los signos en conflicto, cabe señalar que la convivencia de los signos en el mercado podrá llevar a riesgo de confusión provocado por la falta de claridad a la que podrán ser inducidos los consumidores al momento de elegir un producto o un servicio de otro, llevándolos a pensar que son las mismas marcas y que poseen por tanto un mismo origen empresarial. En este |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | sentido, se hace presente que basta con que exista la posibilidad de tal riesgo para configurar la situación anterior. Para estos efectos, se entenderá como consumidor medio aquella persona que no destaca ni por sus conocimientos particulares ni tampoco por ser particularmente ignorante; se trata de una persona dotada con raciocinio y facultades de percepción normales, que se encuentra frente a la oferta múltiple de productos y de servicios de una misma naturaleza o directamente relacionados, pero de diversos orígenes empresariales.<br>iii) Que, la ausencia de oposiciones no constituye una circunstancia que permita presumir la tolerancia del titular de la marca base de la observación de fondo para el registro del signo pedido, ni menos una justificación o impedimento para notificar una observación de fondo cuando se estima que concurre cualquiera de las causales de irregistrabilidad que contempla el artículo 20 de la Ley N°19.039.<br>Por las consideraciones antes expuestas, y teniendo presente lo dispuesto en la Ley 19.039, en sus artículos 19, 20 letra h) inciso 1° y en el Reglamento de dicha ley,<br>RESUELVO:<br>1) Se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos, para la siguiente cobertura: servicios de envasado de mercancías; empaquetado de productos, de la clase 39.<br>2) Y, en definitiva, se concede parcialmente el registro solicitado, sólo para la cobertura que se indica a continuación: servicios de aseo; construcción; servicios de mantenimiento de factorías industriales, de clase 37. |
| 1638895 | María Alejandra Pimentel Cabrera, en representación de Héctor Hernán Ruiz Calderón<br>Fondo - Res. Favorable Escrito | Mixta | Sudamericanburger | A escrito de fecha 23/03/2026: Téngase por contestada la observación de fondo. |
| 1638918 | Andrés Bisello Fuentes<br>Resolución de aceptación parcial a registro | Mixta | PetPlanet | Que, en la presente solicitud singularizada precedentemente se notificó al solicitante con fecha 26 de febrero de 2026 una resolución de observaciones de fondo a fin de informarle que la marca solicitada |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | incurría en la causal de irregistrabilidad contemplada en los artículos 19 y 20 letra h) inciso 1° de la ley N°19.039. La marca solicitada presenta igualdad o semejanza gráfica y fonética, lo cual podría prestarse para inducir a error, respecto al Registro N° 1352203, marca PETS PLANET, que distingue Aseo de animales; Asesoramiento técnico en materia de alimentación y cría de peces, camarones y otras especies cultivadas; Asistencia veterinaria; Cirugía veterinaria; Cría de animales; Cuidado y aseo de animales; Inseminación artificial de animales; Marcado de animales; Servicios de tatuaje de animales de compañía para su identificación; Servicios hospitalarios para mascotas; Servicios veterinarios de la clase 44.<br>Que, el solicitante no contestó la observación de fondo.<br>Considerando:<br>Que, en atención a la causal de irregistrabilidad notificada, este Instituto ha centrado su análisis en determinar si concurren o no en la especie los hechos que constituyen dicha causal.<br>Que, para lo anterior, se ha tenido en primer término en consideración el concepto de marca contenido en el artículo 19 de la Ley N° 19.039, que las define como todo signo capaz de distinguir en el mercado productos o servicios. Tales signos podrán consistir en palabras, incluidos los nombres de personas, letras, números, elementos figurativos tales como imágenes, gráficos, símbolos, combinaciones de colores, sonidos, olores o formas tridimensionales, así como también, cualquier combinación de estos signos, siendo una de sus funciones principales la de indicar la procedencia empresarial de los mismos. Que de lo anterior, fluye que la característica y función primordial y esencial de la marca es la de permitir la identificación de los productos y los servicios respectivos, asegurando una correcta vinculación al origen mercantil de los mismos, de modo de evitar la confusión en el público consumidor acerca de dicha procedencia.<br>Que, en caso de gozar de los atributos que permiten su concesión, nuestra Ley consagra un derecho exclusivo y excluyente en favor del titular para la explotación de dicha marca en el mercado. |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, para asegurar aquel fin y determinar si en definitiva un signo puede ser reclamado como un derecho exclusivo, este Instituto debe velar porque las marcas comerciales gocen de capacidad distintiva, para lo cual debe analizar además del signo en sí mismo, la cobertura de los productos o servicios solicitados y los demás signos existentes, evaluando la posibilidad de confusión.<br>Que, como se ha hecho presente en la observación de fondo pertinente, el artículo 20 letra h) inciso 1°de la Ley 19.039 que dispone que no podrán registrarse como marcas *"Aquellas iguales o que gráfica o fonéticamente se asemejen de forma que puedan confundirse con otras ya registradas o válidamente solicitadas con anterioridad para productos o servicios idénticos o similares, pertenecientes a la misma clase o clases relacionadas."*<br>Que, para determinar la concurrencia de la prohibición de registro aludida precedentemente este Instituto ha apreciado los antecedentes de la causa, conforme el método de análisis que a continuación se desarrolla.<br>Que para configurar la causal citada se deberá analizar en primer lugar las coberturas de los signos en aparente conflicto, esto es, su ámbito de protección, que se define por los productos o los servicios que pretenden distinguir en el mercado. Resulta esencial determinar si las coberturas de los signos en conflicto son idénticas, similares o relacionadas entre sí, pues si no existe una relación entre los productos o servicios solicitados, normalmente, no existirá impedimento para la convivencia entre los signos, en virtud del principio de especialidad de las marcas comerciales. La marca solicitada en relación a la marca registrada distingue un ámbito de protección relacionado respecto a los servicios pedidos consistentes en aseo de perros;cría de perros;servicios de aseo de perros;servicios de cría de perros;servicios de cría y cubrición de perros;servicios de cría y monta de perros;servicios de cría y reproducción de perros;servicios de cría y sementales de perros;servicios de cubrición y cría de perros;servicios de esteticista para perros;servicios de esteticistas para perros;servicios |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de monta y cría de perros;servicios de perrera en cuanto servicios de cría de perros;servicios de reproducción y cría de perros;servicios de sementales y cría de perros;servicios de terapia de masaje para perros;aseo de gatos;servicios de aseo de gatos;servicios de cría de gatos;servicios de cría y cubrición de gatos;servicios de cría y monta de gatos;servicios de cría y reproducción de gatos;servicios de cría y sementales de gatos;servicios de cubrición y cría de gatos;servicios de esteticista para gatos;servicios de esteticistas para gatos;servicios de monta y cría de gatos;servicios de reproducción y cría de gatos;servicios de sementales y cría de gatos;servicios de salón de belleza para animales domésticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos o terapéuticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos o tratamientos;servicios de análisis veterinarios con fines terapéuticos;servicios de asesoramiento veterinario;servicios de cirujanos veterinarios;servicios de cuidado de animales de compañia [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de cuidado de aves domésticas [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de cuidado de mascotas [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de información en materia de productos farmacéuticos veterinarios;servicios de información relacionados con productos farmacéuticos veterinarios;servicios médicos y veterinarios;servicios quirúrgicos veterinarios;servicios veterinarios;aseo para mascotas;esterilización de mascotas;servicios de aseo para mascotas;servicios de asesoramiento relacionados con el cuidado [aseo] de mascotas;servicios de asistencia sanitaria de mascotas;servicios de atención sanitaria de mascotas;servicios de cuidado [aseo] de mascotas;servicios de salón de belleza para mascotas;servicios de salud de mascotas;servicios hospitalarios para mascotas;servicios sanitarios de mascotas;peluquerías;puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes;salones de peluquería;servicios de peluquería femenina;servicios de peluquería;prescripción de |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | medicamentos;preparación y suministro de medicamentos, clase 44, por cuanto comparte elementos comunes en cuanto a naturaleza, función o finalidad, destinarios finales y canales de comercialización.<br>Que, para analizar las semejanzas entre una marca y otra corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de: (i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra.<br>Que efectuada esa revisión, se ha podido constatar que en cuanto a la representación gráfica de la marca solicitada, que el elemento PETPLANET de ella coincide idénticamente con el elemento PETSPLANET de la marca previamente registrada, sin que la sustracción al signo pedido de la letra "S",resulte suficiente para diferenciar claramente a un signo del otro.<br>Marca solicitada \| Marca p |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | Que, conforme lo señalado precedentemente, al observar la marca pedida puede advertirse que al presentar semejanzas determinantes con la marca previa, provocará todo tipo de errores y confusiones en el público consumidor, respecto la verdadera procedencia de los servicios pedidos consistentes en aseo de perros;cría de perros;servicios de aseo de perros;servicios de cría de perros;servicios de cría y cubrición de perros;servicios de cría y monta de perros;servicios de cría y reproducción de perros;servicios de cría y sementales de perros;servicios de cubrición y cría de perros;servicios de esteticista para perros;servicios de esteticistas para perros;servicios de monta y cría de perros;servicios de perrera en cuanto servicios de cría de perros;servicios de reproducción y cría de perros;servicios de sementales y cría de perros;servicios de terapia de masaje para perros;aseo de gatos;servicios de aseo de gatos;servicios de cría de gatos;servicios de cría y cubrición de gatos;servicios de cría y monta de gatos;servicios de cría y reproducción de gatos;servicios de cría y sementales de gatos;servicios de cubrición y cría de gatos;servicios de esteticista para gatos;servicios de esteticistas para gatos;servicios de monta y cría de gatos;servicios de reproducción y cría de gatos;servicios de sementales y cría de gatos;servicios de salón de belleza para animales domésticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos o terapéuticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos o tratamientos;servicios de análisis veterinarios con fines |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | terapéuticos;servicios de asesoramiento veterinario;servicios de cirujanos veterinarios;servicios de cuidado de animales de compañia [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de cuidado de aves domésticas [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de cuidado de mascotas [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de información en materia de productos farmacéuticos veterinarios;servicios de información relacionados con productos farmacéuticos veterinarios;servicios médicos y veterinarios;servicios quirúrgicos veterinarios;servicios veterinarios;aseo para mascotas;esterilización de mascotas;servicios de aseo para mascotas;servicios de asesoramiento relacionados con el cuidado [aseo] de mascotas;servicios de asistencia sanitaria de mascotas;servicios de atención sanitaria de mascotas;servicios de cuidado [aseo] de mascotas;servicios de salón de belleza para mascotas;servicios de salud de mascotas;servicios hospitalarios para mascotas;servicios sanitarios de mascotas;peluquerías;puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes;salones de peluquería;servicios de peluquería femenina;servicios de peluquería;prescripción de medicamentos;preparación y suministro de medicamentos, clase 44.<br>Atendido lo ya expuesto, y teniendo en cuenta el principio de especialidad de las marcas, no se advierte impedimento jurídico para otorgar la marca pedida para el resto de la cobertura solicitada.<br>En mérito de autos y de conformidad con lo dispuesto en la Ley Nº 19.039, en sus artículos 19, 20, 22 incisos 4°, 5° y 6° y en el Reglamento de dicha ley:<br>1) Se rechaza la solicitud de registro por los mismos fundamentos de la observación de fondo formulada en autos, los que se dan por enteramente reproducidos, para la siguiente cobertura: aseo de perros;cría de perros;servicios de aseo de perros;servicios de cría de perros;servicios de cría y cubrición de perros;servicios de cría y monta de perros;servicios de cría y reproducción de perros;servicios de cría y sementales de perros;servicios de cubrición y cría de perros;servicios |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | de esteticista para perros;servicios de esteticistas para perros;servicios de monta y cría de perros;servicios de perrera en cuanto servicios de cría de perros;servicios de reproducción y cría de perros;servicios de sementales y cría de perros;servicios de terapia de masaje para perros;aseo de gatos;servicios de aseo de gatos;servicios de cría de gatos;servicios de cría y cubrición de gatos;servicios de cría y monta de gatos;servicios de cría y reproducción de gatos;servicios de cría y sementales de gatos;servicios de cubrición y cría de gatos;servicios de esteticista para gatos;servicios de esteticistas para gatos;servicios de monta y cría de gatos;servicios de reproducción y cría de gatos;servicios de sementales y cría de gatos;servicios de salón de belleza para animales domésticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos o terapéuticos;servicios de análisis veterinarios con fines diagnósticos o tratamientos;servicios de análisis veterinarios con fines terapéuticos;servicios de asesoramiento veterinario;servicios de cirujanos veterinarios;servicios de cuidado de animales de compañia [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de cuidado de aves domésticas [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de cuidado de mascotas [servicios médicos, veterinarios y de aseo];servicios de información en materia de productos farmacéuticos veterinarios;servicios de información relacionados con productos farmacéuticos veterinarios;servicios médicos y veterinarios;servicios quirúrgicos veterinarios;servicios veterinarios;aseo para mascotas;esterilización de mascotas;servicios de aseo para mascotas;servicios de asesoramiento relacionados con el cuidado [aseo] de mascotas;servicios de asistencia sanitaria de mascotas;servicios de atención sanitaria de mascotas;servicios de cuidado [aseo] de mascotas;servicios de salón de belleza para mascotas;servicios de salud de mascotas;servicios hospitalarios para mascotas;servicios sanitarios de mascotas;peluquerías;puesta a disposición de servicios de sauna, salones de belleza, peluquerías y masajes;salones de peluquería;servicios de peluquería |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | femenina;servicios de peluquería;prescripción de medicamentos;preparación y suministro de medicamentos, clase 44. 2) Y en definitiva, se concede parcialmente el registro solicitado, con protección al conjunto y sin protección al término "PET" individualmente considerado de conformidad a lo previsto en el artículo 19 bis c) de la Ley 19.039, sólo para la cobertura que se indica a continuación: alimentos para animales domésticos;piensos para perros;alimentos enlatados para perros;alimentos para perros;bebidas para perros;chucherías para perros (comestibles);comida para perros;galletas para perros;golosinas comestibles para perros;huesos masticables digestivos para perros;huesos masticables para perros;huesos masticables y comestibles para perros;huesos masticables y digestibles para perros;huesos masticables y fáciles de digerir para perros;objetos comestibles y masticables para perros;perros;productos masticables comestibles para perros;alimentos enlatados para gatos;alimentos para gatos;arena higiénica para gatos y animales pequeños;arena para gatos;bebidas para gatos;comida para gatos;galletas para gatos;gatos;golosinas comestibles para gatos;lechos higiénicos para gatos;polvo comestible de vin de plata para gatos domésticos;polvo de vin de plata comestible para gatos domésticos;arena higiénica para animales domésticos;golosinas comestibles para animales domésticos;papel granulado para animales domésticos (lechos higiénicos);papel granulado para la higiene de animales domésticos;alfalfa (alimento para animales);alimento para roedores;alimentos de base láctea para animales;alimentos equilibrados para animales;alimentos para caballos;alimentos para aves;alimentos para cachorros;alimentos para conejos;alimentos para conejos domésticos;alimentos para hámsteres;alimentos para pájaros;mezclas de alimentos para animales;preparaciones de alimentos para animales;arena para bandejas higiénicas para mascotas;golosinas comestibles para mascotas;leche en polvo para mascotas;pescado en lata para mascotas;pescado enlatado para mascotas;comida para conejos;comida para conejos domésticos;forraje para caballos;golosinas |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | comestibles para caballos;comida para loros;pellets comprimidos para loros;piensos para loros, clase 31; servicios de tiendas mayoristas en línea de instrumentos para la preparación de alimentos;servicios de tiendas minoristas de instrumentos para la preparación de alimentos;servicios de tiendas minoristas en línea de instrumentos para la preparación de alimentos;servicios de venta minorista y mayorista de alimentos y sustancias dietéticas adaptadas a un uso médico o veterinario;servicios de venta minorista y mayorista de productos higiénicos y sanitarios para uso médico, alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario;gestión comercial de tiendas de venta minorista;servicios de venta de tienda minorista en línea en relación con prendas de vestir;servicios de venta de tienda minorista en línea de productos cosméticos y de belleza;servicios de comercio electrónico, en concreto, suministro de información sobre productos a través de redes de telecomunicaciones con una finalidad publicitaria y de ventas;servicios de tiendas minoristas de aparatos veterinarios;servicios de tiendas minoristas de artículos veterinarios;servicios de tiendas minoristas de instrumentos veterinarios;servicios de tiendas minoristas de preparaciones y artículos veterinarios;servicios de tiendas minoristas en línea de aparatos veterinarios;servicios de tiendas minoristas en línea de artículos veterinarios;servicios de tiendas minoristas en línea de preparaciones y artículos veterinarios;servicios de venta al por menor o al por mayor de medicamentos veterinarios;servicios de venta minorista de aparatos veterinarios;servicios de venta minorista de artículos veterinarios;servicios de venta minorista y mayorista de aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, dentales y veterinarios;servicios de venta minorista y mayorista de productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario;servicios de venta minorista o al mayorista de medicamentos veterinarios, clase 35. |
| 1640216 | Jaime Andrés Fernández Oyarce, en representación de CENTRO DE FORMACIÓN LABORAL LTDA. | Mixta | IFP CHILE Instituto de Formación Profesional | Téngase por contestada la observación de fondo. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | Fondo - Res. Favorable Escrito | | | |
| 1644992 | SARGENT & KRAHN, en representación de MP CORPORATION, S.A.<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | tootoy! | |
| 1647314 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en representación de Jaime Adrián Ortiz Suárez<br>Fondo - Res. Desfavorable Escrito | Mixta | METALCONT SOLUCIONES INTELIGENTES SIN LÍMITES | A todo, no ha lugar por no ser parte. |
| 1647383 | Juan Pablo Fuentealba Riquelme<br>Fondo - Res. Observaciones Escrito (10 días) | Denominativa | LA FUENTE EXPRESS | Antes de proveer, acompañe documentos fidedignos y actualizados que acrediten la calidad de representante de la Sociedad Regional Comercial Limitad por parte de don Carlos Saka Salman. Todo, dentro de 10 días hábiles bajo apercibimiento de tener por no presentado el escrito. |
| 1648115 | Yanko Antonio Blumen Antivilo<br>Fondo - Res. Desfavorable Escrito | Denominativa | Bacán | Atendido lo dispuesto en el art 22 de LPI, y el plazo legal conferido para contestar a la oposición y a la observación de fondo, reitérese en la oportunidad procesal correspondiente. |
| 1650706 | Joel Antonio Navarrete Herrera<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Denominativa | GLADIATOR | |
| 1655571 | Jorge Alcide Morales Araya, en representación de Comercial Jma Spa<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Denominativa | BIOBRASA | |
| 1656377 | Carlos Alberto Cornejo Abarca, en representación de South Pacific Seeds Chile S A<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | SPS SOUTH PACIFIC SEEDS CHILE | |
| 1656412 | Carlos Alberto Cornejo Abarca, en representación de South Pacific Seeds Chile S.A.<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | SPS CHILE SOUTH PACIFIC SEEDS CHILE S.A. | |
| 1663319 | Andy Alexis Díaz Méndez<br>Forma - Res. Favorable Escrito | Mixta | KIUT | **Al escrito de fecha 17/04/2026:** Téngase por cumplido lo ordenado con fecha 23/03/2026, téngase por aclarada la dirección del solicitante y por actualizada la base de datos. |
| 1663332 | Andy Alexis Díaz Méndez, en representación de Comercial Looking Limitada<br>Forma - Res. Favorable Escrito | Mixta | S SONGYEA | **Al escrito de fecha 17/04/2026:** Téngase por cumplido lo ordenado con fecha 24/03/2026, téngase por aclarada la transliteración de caracteres, |

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | denominación, traducción, descripción y por actualizada la base de datos. |
| 1664289 | Anton Kolechkin, en representación de Sarafan Spa<br>Forma - Res. Favorable Escrito | Mixta | TEDGUM | **Al escrito de fecha 17/04/2026:** Téngase por cumplido lo ordenado con fecha 31/03/2026, se tiene por acompañada etiqueta en forma y por acreditada la representación en virtud de la copia del estatuto acompañado. |
| 1664573 | Álvaro Andrés Agurto Geoffroy, en representación de Gonzalo Iván Lotito Cerda<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | AQUA TERRARIUM | |
| 1665034 | Sebastián Ignacio Burgos Cárcamo, en representación de Burgos Limitada<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | Clarity | |
| 1665460 | Luz Mónica Vásquez Pérez, en representación de Phytohunt Spa<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | phytohunt | |
| 1665703 | Edgardo Ajenor Manquel Salinas, en representación de Comercializadora Efaber Limitada<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | E'Faber | |
| 1665738 | Roberto Iván Pacheco Ortiz<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | PetiBites | |
| 1665793 | César Edgardo Lannefranque Arias, en representación de Desalbi Pharma Spa<br>Forma - Res. Favorable Escrito | Denominativa | DESALBI | **Al escrito de fecha 17/04/2026:**<br>**A lo Principal:** Téngase por cumplido lo ordenado con fecha 09/04/2026, **Al Otrosi:** Se tiene por acreditada la representación en virtud del poder acompañado. |
| 1665848 | Juan Cristóbal Genaro Concha Leonvendagar<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Denominativa | Mylodon Trade Link | |
| 1665905 | SOCIEDAD DE PROFESIONALES FULL MARCAS & COMPAÑÍA LIMITADA, en representación de | Mixta | PATAGONIA SNACK 100% NATURAL | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M11:**

Resoluciones Varias

| Solicitud | Representante<br>Tipo de resolución | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | ELABORACIÓN DE ALIMENTOS PARA MASCOTAS CAMILA OSSANDÓN FERNÁNDEZ E.I.R.L.<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | | | |
| 1665973 | Alberto Eduardo Cruz Arzola<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | NUTRIGUAU | |
| 1666162 | ABMARK SOCIEDAD LTDA., en representación de COMERCIAL AMAR HERMANOS Y COMPANIA LIMITADA<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Denominativa | EL TRÉBOL | |
| 1666308 | Claudio Alejandro Daud Cisternas<br>Forma - Res. Favorable Escrito | Mixta | B Busca Ya.cl | **Al escrito de fecha 17/04/2026:** Téngase por cumplido **parcialmente** lo ordenado con fecha 14/04/2026, se tiene por corregida denominación y por actualizada base de datos. |
| 1666502 | Mario Lino Cely Aldana, en representación de Sociedad Agricola Alta Gracia Limitada<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | ALTA GRACIA | |
| 1666637 | Felipe Andrés Araya Jaramillo<br>Forma - Res. Favorable Escrito | Denominativa | IntegraMine | **Al escrito de fecha 19/04/2026:** Téngase por cumplido lo ordenado con fecha 15/04/2026, téngase por aclarada la dirección del solicitante y por actualizada la base de datos. |
| 991887086 | NOVAGRAAF NEDERLAND B.V., en representación de Hendrix Genetics B.V.<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Denominativa | AZUR | |
| 991887104 | Diana J Rea Tong, Rea, Bentley & Kim, LLC, en representación de Bungener Pet Health, Ltd.<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Denominativa | MEGA JUMBO | |
| 991887339 | GALLO & PARTNERS S.R.L., en representación de PET360 S.R.L.<br>Resolución de trámite administrativo - Remisión al SAG | Mixta | pet 360 fusion | |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M12:**

Solicitudes de Renovación Observadas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

**Sección M13:**

Solicitudes de Renovación Aceptadas

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección M14:**

Resoluciones pagos incompletos de renovación

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A4:**

Resoluciones de inscripción de renovación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

**Sección A5:**

Resoluciones que renuevan marcas de establecimiento como de productos/servicios y extienden su cobertura territorial

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 495368 | 1192650 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | ARAUCO PREMIUM OUTLET COQUIMBO | |
| 495433 | 1199991 | SILVA Y CIA. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | TAIS | |
| 495423 | 1199992 | SILVA Y CIA. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | TAIS | |
| 497735 | 1205561 | CRISTOBAL PORZIO, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | UNIMARC | |
| 497727 | 1205966 | CRISTOBAL PORZIO, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | UNI | |
| 500856 | 1207251 | Guerrero Olivos Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | DETROIT | |
| 500851 | 1207259 | Guerrero Olivos Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | DETROIT CHILE S.A. | |
| 501517 | 1207810 | Gaston Christian Basaure Astudillo<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | El Abasto de Basaure | |
| 500852 | 1221034 | Guerrero Olivos Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | JARAS | |

**Sección A5:**

Resoluciones que renuevan marcas de establecimiento como de productos/servicios y extienden su cobertura territorial

| Solicitud | Representante | Tipo signo | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 500853 | 1224783 | Guerrero Olivos Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | TERMAS DEL SUR SPA | |
| 500855 | 1227451 | Guerrero Olivos Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | STARMAQ | |
| 495471 | 1227840 | SILVA Y CIA. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | SUB CENTRO LAS CONDES | |

**Firma por orden del Director Nacional**
**y de la Conservadora de Marcas**

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A1:**

Anotaciones Observadas

| Anotación | Registro | Representante | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 498824 | 1211300 | Helena María Siebel Bierwirth, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | MICROSOFT DYNAMICS | Vista resolución de observaciones formulada y escrito de " Cumple lo ordenado ", especifique conforme a : Servicios de educación,-**organización de seminarios** en línea en materia de computadores, **software para sistemas de clases y seminarios** en materia de computadores, software, **sistemas informáticos de negocios, gestión comercial y contabilidad. servicios de educación** y formación principalmente, de conducción de clases y seminarios en materia de computadores, software, sistemas informáticos, negocios, gestión comercial y contabilidad. |
| 501731 | 1214169 | Hugo Arturo Rubio González, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | BIGBOSS | En descripción de productos de **Clase 16**, elimine las frases “no comprendidos en otras clases” y “(no comprendidos en otras clases)”, por cuanto resulta una expresión demasiado amplia. |
| 501724 | 1226433 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | OROMO | Se rectifica representante según poder acompañado.<br>En descripción de productos de **Clase 29**, corrija “aves y caza” por “carne de ave y carne de caza“. |
| 496188 | 1456433 | Munoz Jeanneret Alvarez y Cia. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Licencia (inscripción) | ELECTRODOG | Al escrito presentado el 27 de marzo de 2026: Por no cumplido lo ordenado.<br>**Se reitera observación del 18 de marzo de 2026**: Acredite la facultad de OCTAVIO ÁLVAREZ ALDRETE para representar a PISA AGROPECUARIA S.A. DE C.V., en tanto es quien suscribe el poder para MUÑOZ JEANNERET ÁLVAREZ Y CÍA. y para NOELLE JEANNERET SIMIAN a nombre de la licenciataria como poderdante. |
| 496190 | 1456434 | Muñoz Jeanneret Alvarez Y Cia. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Licencia (inscripción) | ELECTRODEX DOG | Al escrito presentado el 27 de marzo de 2026: Por no cumplido lo ordenado.<br>**Se reitera observación del 18 de marzo de 2026**: Acredite la facultad de OCTAVIO ÁLVAREZ ALDRETE para representar a PISA AGROPECUARIA S.A. DE C.V., en tanto es quien suscribe el poder para MUÑOZ JEANNERET ÁLVAREZ Y CÍA. y para NOELLE JEANNERET SIMIAN a nombre de la licenciataria como poderdante. |
| 494822 | 1467065 | Gonzalo Del Solar Celedón, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | Dubovik | **A la presentación de fecha 16 de marzo de 2026**: Por cumplido lo ordenado. Téngase presente poder invocado.<br>En un mejor estudio de los antecedentes, señale correctamente el RUT del solicitante, ya sea, acompañando un nuevo contrato o rectificando el presente, toda vez que en la presentación se indica el rut **N°77.947.443-7** y mientras que en el documento fundante consta el rut **N°77.747.443-7**. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A1:**

Anotaciones Observadas

| Anotación | Registro | Representante | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A2:**

Anotaciones aceptadas

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A2R:** Anotaciones de renovación aceptadas

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501019 | 813134 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | LA CRUZ DEL SUR | |
| 500983 | 817926 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | | |
| 501029 | 817927 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | SEGUROS GENERALES CRUZ DEL SUR | |
| 501012 | 835982 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 501027 | 841120 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 501009 | 847282 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZHOGAR | |
| 500995 | 849833 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 501008 | 865917 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZAUTO | |
| 501030 | 876370 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZNAUTICA | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 500985 | 877245 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | | |
| 500980 | 877246 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | | |
| 500982 | 877247 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | | |
| 501001 | 877248 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | | |
| 501025 | 880630 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR SERVICIOS FINANCIEROS | |
| 500989 | 882080 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ AHORRO | |
| 500991 | 907360 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 500997 | 909525 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 490471 | 919795 | ALESSANDRI & COMPAÑIA LIMIATADA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | DOCKERS | **A la presentación de fecha 17 de marzo de 2026:**<br>A LO PRINCIPAL: Por cumplido lo ordenado.<br>PRIMER OTROSÍ: Téngase presente personería invocada. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 500987 | 969135 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CELULAS DE VIDA | |
| 500998 | 979476 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 501010 | 979478 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZMATICA | |
| 500994 | 979484 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 501007 | 989952 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR MUTUOS HIPOTECARIOS | |
| 501016 | 989954 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | HIPOTECARIA CRUZ DEL SUR | |
| 501023 | 989956 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | MUTUOS HIPOTECARIOS CRUZ DEL SUR | |
| 500986 | 989970 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | 401 K CRUZ DEL SUR | |
| 501004 | 989972 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR 401 K | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 500988 | 1002854 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CELULAS DE VIDA DE CRUZ DEL SUR | |
| 501002 | 1012453 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |
| 501034 | 1020335 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | FIA-NET | |
| 501014 | 1021809 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | FIA-NET | |
| 501013 | 1021811 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | FIA-NET | |
| 501011 | 1029501 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | FACTORING CRUZ DEL SUR S.A. | |
| 501005 | 1029503 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR FACTORING S.A. | |
| 501031 | 1029505 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | SOCIEDAD DE FACTORING CRUZ DEL SUR S.A. | |
| 501000 | 1067721 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | CRUZ DEL SUR | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501024 | 1093525 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | ON BIKE | |
| 501037 | 1131527 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | MULTIFONDOS CRUZ DEL SUR | |
| 501410 | 1179733 | Arturo Covarrubias Vargas, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | | Téngase presente el desistimiento respecto de las clases 16 y 35. |
| 501704 | 1182021 | Rodrigo Sebastián Abarca Villagrán, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | MINGA DIGITAL | Se rectifica representante según poder acompañado. |
| 496141 | 1188174 | Enriqueta Gabriela González Fuenzalida, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | ALO GROUP | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 495118 | 1189250 | Sargent & Krahn, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | MI COPILOTO | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 494933 | 1190242 | Estudio Carey Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Cambio de nombre | | **A la presentación de fecha 16 de marzo de 2026**: Por cumplida observación en lo relativo a acompañar documento fundante íntegro en idioma español. |
| 498534 | 1192600 | COOPER SPA., en calidad de Representante de<br>Anotación de Cambio de nombre | CAPITARIA | A la presentación de fecha 18 de marzo de 2026: Téngase presente y estese a lo resuelto precedentemente. |
| 501439 | 1192786 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | NTK | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 498189 | 1193248 | Enrique Agustín Dellafiori Morales, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | KAISER | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 497717 | 1193606 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | EUROSPORT | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 501416 | 1193775 | COOPER SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | MTV MUSIC TELEVISION | |
| 501713 | 1193821 | Luis Ignacio Olmedo Bustos, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CENTRO COMERCIAL EL EDEN | Se rectifica representante según poder acompañado. |
| 499224 | 1194239 | Estudio Carey Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | MAHARISHI | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 497837 | 1194858 | CRISTOBAL PORZIO, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | GYMBOREE | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 499258 | 1195475 | COVARRUBIAS & COMPAÑÍA ABOGADOS SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | TONELERIA FRANCESA DE CHILE | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 498216 | 1195568 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | AUTO DRIVE | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 498528 | 1195619 | COVARRUBIAS & COMPAÑIA ABOGADOS SPA. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | PUCOBRE PUNTA DEL COBRE | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 498530 | 1195623 | COVARRUBIAS & COMPAÑIA ABOGADOS SPA. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | PUCOBRE PUNTA DEL COBRE | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 501405 | 1196016 | COOPER SPA., en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | DOCUMENTOS | |
| 498312 | 1196600 | Az Y Compañía , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | HITES | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 498401 | 1196608 | Az Y Compañía , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | DIN | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 498979 | 1196634 | Estudio Carey Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | PUNTA AZUL | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 497995 | 1196758 | Valentina Antonella Venturelli Santa María, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CATERPILLAR | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 499325 | 1196809 | Alessandri & Compañía Limitada, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | DEUTER | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 501721 | 1197020 | Johansson & Langlois , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | NESTORONE | |
| 495341 | 1197151 | Estudio Carey Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación Parcial TLT | MINERA ESCONDIDA | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 499443 | 1197278 | Alessandri & Compañía Limitada, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | SHOCKING | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 499442 | 1197284 | Alessandri & Compañía Limitada, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CITY SMART | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 501440 | 1197288 | Moises Hernan Castro Toro, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | FAMSUN | |
| 501423 | 1197532 | Sargent & Krahn, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | PLAYBOY | |
| 501430 | 1200050 | Sargent & Krahn, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | R RODACCIAI | |
| 499038 | 1200135 | Mauro Dellafiori Albala, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | EMPRESAS CAROZZI | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 501411 | 1200785 | Sargent & Krahn, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | GRANDE ULTRA | |
| 501707 | 1202842 | Arturo Covarrubias Vargas, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | BRUMOLINE | |
| 497937 | 1203361 | Luis Felipe Claro Swinburn, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | HARBORLITE | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501409 | 1203739 | Sargent & Krahn, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CORDON BLEU | |
| 501403 | 1203917 | Viviana Amanda Contreras Parra, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | BB | |
| 501408 | 1204610 | VALENTINA ANDREA BOGADO DE LA PAZ<br>Anotación de Renovación TLT | POCHITO'S | |
| 501420 | 1204724 | Pedro Francisco Sazo Lagunas, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | TIERRA VERDE | |
| 498431 | 1204914 | Alessandri & Compañía Limitada, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | DAVID DEL CURTO | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 501424 | 1205100 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | HYUNDAI | |
| 499252 | 1205109 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | RAB | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 501429 | 1205649 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | 5 | |
| 501432 | 1206059 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | BARAJA DE ESTRUCTURA | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501406 | 1206334 | Viviana Amanda Contreras Parra, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | C CoyaM INVERSIONES | |
| 499303 | 1206539 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CERRUTI 1881 | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 501415 | 1206950 | Albagli, Zaliasnik & Cía. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | NORGLAS | |
| 501729 | 1206965 | Sargent & Krahn, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | ANTI-STAT | Se rectifica representante según poder acompañado. |
| 501436 | 1207327 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CRF250 RALLY | |
| 497589 | 1207555 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | VERACRUZ | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 498562 | 1210691 | Estudio Federico Villaseca Y Compania Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | AMBERLITE | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 498701 | 1212669 | Estudio Carey Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | GEOS | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 501427 | 1214092 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | KAGOME | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501732 | 1215535 | Mariela De Lourdes Ruiz Salazar, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | COCINA POPULAR | Se rectifica representante según poder acompañado. |
| 501435 | 1216535 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | | |
| 501413 | 1216716 | CRISTOBAL PORZIO, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CHEVRON | |
| 498931 | 1216848 | Mauro Dellafiori Albala, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | ELECTROPIA | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 499427 | 1217776 | Andes Ip Abogados Ltda. , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | CMA CGM | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladass. |
| 501711 | 1218439 | Johansson & Langlois , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | ALTAVIA | Se rectifica representante según poder acompañado. |
| 501433 | 1220028 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | AT&T | |
| 501727 | 1220994 | Johansson & Langlois , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | | |
| 501710 | 1225030 | Johansson & Langlois , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | HEBEL | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 498987 | 1227178 | Raúl Noguera Correa, en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | YX WIRELESS | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 501708 | 1227195 | Clarke Modet Y C Chile Spa , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | PINKPLUS | Se rectifica representante según poder acompañado. |
| 501709 | 1227761 | Johansson & Langlois , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | | |
| 498043 | 1229585 | Estudio Federico Villaseca y Compañia Limitada , en calidad de Representante de<br>Anotación de Renovación TLT | Würth | Téngase presente escrito de cumplimiento de observaciones formuladas. |
| 501026 | 1244639 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | RUTASISTENCIA | |
| 496860 | 1256670 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | NATPRO | A los escritos presentados el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496844 | 1259023 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | NATPRO | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496838 | 1266656 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | LATINBUGS | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496836 | 1266658 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | LATINBUGS | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 496833 | 1266661 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | LATINBUGS | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496848 | 1266662 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | LATINBUGS | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496868 | 1266663 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | LATINBUGS | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496830 | 1266666 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | NATPRO | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496832 | 1266667 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | NATPRO | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496842 | 1266668 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | NATPRO | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 496839 | 1273972 | Silvia Alejandra Sepúlveda San Martín, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | LATINBUGS | Al escrito presentado el 26 de marzo de 2026: Por cumplido lo ordenado. |
| 500888 | 1436268 | Javiera Andrea Cataldo Vidal, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | T4 | |
| 500891 | 1436269 | Javiera Andrea Cataldo Vidal, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | T6 | |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A3:**

Resoluciones que ordenan inscripción de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 500893 | 1436270 | Javiera Andrea Cataldo Vidal, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | T7 | |
| 500895 | 1436271 | Javiera Andrea Cataldo Vidal, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | T8 | |
| 500902 | 1436272 | Javiera Andrea Cataldo Vidal, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | T10 | |
| 500890 | 1436273 | Javiera Andrea Cataldo Vidal, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | T5 | |
| 500900 | 1436292 | Javiera Andrea Cataldo Vidal, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | T3 | |
| 496200 | 1474661 | Francisco Ismael Berguecio Martínez, en calidad de Representante de<br>Anotación de Transferencia total | FeelSales | **A la presentación de fecha 18 de marzo de 2026:**<br>En lo principal: Por cumplido lo ordenado en lo relativo a indicar al solicitante de la anotación.<br>Al primer otrosí: Téngase por acompañado documento de Cesión de Derechos Marcarios de la marca FeelSales.<br>Al segundo otrosí: Téngase presente poder señalado. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A4:**

Resoluciones varias de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Tipo de resolución / Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501128 | 813134 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | LA CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501019 (Anotación de Transferencia total) |
| 501066 | 817926 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500983 (Anotación de Transferencia total) |
| 501169 | 817927 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | SEGUROS GENERALES CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501029 (Anotación de Transferencia total) |
| 501086 | 835982 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501012 (Anotación de Transferencia total) |
| 501079 | 841120 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501027 (Anotación de Transferencia total) |
| 501102 | 847282 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZHOGAR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501009 (Anotación de Transferencia total) |
| 501084 | 849833 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500995 (Anotación de Transferencia total) |
| 501100 | 865917 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZAUTO | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501008 (Anotación de Transferencia total) |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A4:**

Resoluciones varias de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Tipo de resolución / Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501106 | 876370 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZNAUTICA | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501030 (Anotación de Transferencia total) |
| 501085 | 877245 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500985 (Anotación de Transferencia total) |
| 501046 | 877246 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500980 (Anotación de Transferencia total) |
| 501063 | 877247 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500982 (Anotación de Transferencia total) |
| 501047 | 877248 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501001 (Anotación de Transferencia total) |
| 501097 | 880630 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR SERVICIOS FINANCIEROS | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501025 (Anotación de Transferencia total) |
| 501077 | 882080 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ AHORRO | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500989 (Anotación de Transferencia total) |
| 501080 | 907360 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500991 (Anotación de Transferencia total) |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A4:**

Resoluciones varias de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Tipo de resolución / Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501087 | 909525 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500997 (Anotación de Transferencia total) |
| 501090 | 969135 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CELULAS DE VIDA | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500987 (Anotación de Transferencia total) |
| 501111 | 979476 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500998 (Anotación de Transferencia total) |
| 501104 | 979478 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZMATICA | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501010 (Anotación de Transferencia total) |
| 501082 | 979484 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500994 (Anotación de Transferencia total) |
| 501095 | 989952 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR MUTUOS HIPOTECARIOS | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501007 (Anotación de Transferencia total) |
| 501125 | 989954 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | HIPOTECARIA CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501016 (Anotación de Transferencia total) |
| 501149 | 989956 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | MUTUOS HIPOTECARIOS CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501023 (Anotación de Transferencia total) |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A4:**

Resoluciones varias de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Tipo de resolución / Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501067 | 989970 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | 401 K CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500986 (Anotación de Transferencia total) |
| 501091 | 989972 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR 401 K | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501004 (Anotación de Transferencia total) |
| 501070 | 1002854 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CELULAS DE VIDA DE CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 500988 (Anotación de Transferencia total) |
| 501116 | 1012453 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501002 (Anotación de Transferencia total) |
| 501120 | 1020335 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | FIA-NET | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501034 (Anotación de Transferencia total) |
| 501117 | 1021809 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | FIA-NET | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501014 (Anotación de Transferencia total) |
| 501114 | 1021811 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | FIA-NET | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501013 (Anotación de Transferencia total) |
| 501161 | 1029501 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | FACTORING CRUZ DEL SUR S.A. | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501011 (Anotación de Transferencia total) |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A4:**

Resoluciones varias de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Tipo de resolución / Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501093 | 1029503 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR FACTORING S.A. | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501005 (Anotación de Transferencia total) |
| 501173 | 1029505 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | SOCIEDAD DE FACTORING CRUZ DEL SUR S.A. | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501031 (Anotación de Transferencia total) |
| 501089 | 1067721 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501000 (Anotación de Transferencia total) |
| 501152 | 1093525 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | ON BIKE | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501024 (Anotación de Transferencia total) |
| 501144 | 1131527 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | MULTIFONDOS CRUZ DEL SUR | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501037 (Anotación de Transferencia total) |
| 494100 | 1190638 | Romina Paz Polla Cortez, en calidad de Representante de | SH TRADING COMPANY | Resolución de rechazo de anotación |
| | | Anotación de Transferencia total | | De acuerdo a la documentación acompañada no corresponde anotar como transferencia total. Debe solicitar su inscripción como anotación de cambio de nombre.A la presentación de fecha 12 de marzo de 2026: Estese a lo resuelto precedentemente. |
| 501705 | 1209539 | Alessandri & Compañía Limitada, en calidad de Representante de | SMECTAGO | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Renovación TLT | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501701 (Anotación de Cambio de nombre) |
| 501728 | 1218209 | Dentons Larrain Rencoret SPA , en calidad de Representante de | gategroup | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Renovación TLT | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501425 (Anotación de Transferencia total) |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección A4:**

Resoluciones varias de anotación

| Anotación | Registro | Representante / Anotación | Marca | Tipo de resolución / Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 501168 | 1242355 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | SEGUROS CRUZ DEL SUR DAN CONFIANZA | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501042 (Anotación de Transferencia total) |
| 501164 | 1244639 | Juan Pablo Silva Dorado, en calidad de Representante de | RUTASISTENCIA | Resolución de suspensión de anotación por trámite |
| | | Anotación de Transferencia total | | Suspéndase la tramitación del procedimiento hasta la resolución de los siguientes trámites: ;Anotación 501026 (Anotación de Transferencia total) |

**Firma por orden del Director Nacional y de la Conservadora de Marcas**

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C1:**

Notificación de Traslado en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| 1638617 | 1638617: INTERNEXA S.A. - INTERNEXT | internext | A escrito de fecha 16/04/2026<br>Téngase por cumplido lo ordenado y por ratificado todo lo obrado<br>Resolviendo derechamente escrito de fecha 08/04/2026<br>A lo principal: Téngase por ratificado lo obrado<br>Al primer otrosí: Téngase presente y por constituida la representación<br>Al segundo otrosí: Téngase presente delegación de poder<br>Al tercer otrosí: Téngase por cumplido lo ordenado.<br>Resolviendo derechamente escrito de fecha 27/10/2025<br>Al primer otrosí: Téngase por acompañado<br>Al segundo otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |
| 1640815 | 1640815: KITCHEN CENTER SPA - COMPLEMENTOS SANITARIOS CHILE LTDA. | KITCHEN CO. | A escrito de fecha 10/11/2025<br>Al primer otrosí: Téngase presente poder en custodia<br>Al segundo otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |
| 1640818 | 1640818: KITCHEN CENTER SPA - COMPLEMENTOS SANITARIOS CHILE LTDA | KITCHEN CO. | A escrito de fecha 10/11/2025<br>Al primer otrosí: Téngase presente poder en custodia<br>Al segundo otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |
| 1640821 | 1640821: KITCHEN CENTER SPA - COMPLEMENTOS SANITARIOS CHILE LTDA., | KITCHEN CO. | A escrito de fecha 10/11/2025<br>Al primer otrosí: Téngase presente poder en custodia<br>Al segundo otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |
| 1640823 | 1640823: KITCHEN CENTER SPA - COMPLEMENTOS SANITARIOS CHILE LTDA. | KITCHEN CO. | A escrito de fecha 10/11/2025<br>Al primer otrosí: Téngase presente poder en custodia<br>Al segundo otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C1:**

Notificación de Traslado en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| 1645933 | 1645933: NUTRASPORT SPA - FELIPE ANDRÉS MUÑOZ JORQUERA Y CRISTIAN ANDRÉS OYANADEL RIQUELME | Nutrasports | A escrito de fecha 20/12/2025<br>Al primer otrosí: Téngase presente poder en custodia y por constituido patrocinio y poder<br>Al segundo otrosí: Téngase por acompañados los documentos individualizados con citación<br>A escrito de fecha 16/04/2026<br>Estese al mérito de lo resuelto precedentemente |

**Sección C2:**

Notificación de Causa a Prueba en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C3:**

Citaciones a oír sentencia en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| 1617085 | 1617085: ESTABLECIMIENTOS BAQUEDANO LIMITADA - Oscar Felipe González González<br>Resolución de por contestado el traslado de oposiciones con citación a oír sentencia | Baqueano | A escrito de fecha 20/10/2025 folio 129859<br>A lo principal: Téngase por contestada observación de fondo<br>Al otrosí: Téngase presente poder en custodia y por constituido patrocinio y poder<br><br>A escrito de fecha 20/10/2025 folio 129924<br>A lo principal: Téngase por contestada demanda de oposición<br>Al otrosí: téngase por acompañados los documentos individualizados<br><br>A escrito de fecha 04/12/2025<br>Como se pide. Vistos y teniendo presente el mérito de autos, y atendido lo dispuesto en el art. 313 del Código de Procedimiento Civil, cítese a las partes a oír sentencia. |

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C4:**

Fallos de Oposición

| Solicitud | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| 1584480 | 1584480: Comercial Kaufmann S.A. -TECNOLOGÍA EN TRANSPORTE DE MINERALES S.A.- Patricio Andrés Zuazagoitía Viancos | autopart | Fallo de aceptación a registro |
| 1586564 | 1586564 - LEXEL GROUP SPA - D'halmar Salvador Ernesto Mazuela Águila. | Conexya | Fallo de aceptación a registro |
| 1600283 | 1600283: INVERSIONES TECNOLOGICAS S.A - Services Information Technology Limitada | S Services IT Soluciones Comunicacionales, Electrónicas y Tecnológicas | Fallo de aceptación a registro |
| 1600353 | 1600353: HOLDING DIMEIGGS S.A., - HUGO HERNÁN ZÚÑIGA OYARZÚN | Rhein Artisan Goodness | Fallo de rechazo |
| 1600552 | 1600552: NEXXO S.A.- Comercializadora Ancestral Spa | nexo360 | Fallo de rechazo |
| 1601448 | 1601448 - WATERWIPES UC - ORELLANA GODOY LTDA. - Chun-kuo Yang. | TinTin Water Wipes | Fallo de rechazo |
| 1601579 | 1601579: AGRICOLA SIMET- Pablo Camilo Mejia Ricci | LA NUBE | Fallo de rechazo |

**Sección C5:**

Ejecutorias en juicios de Oposición

| Solicitud | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C6:**

Apelaciones en juicios de oposición por interpuestas

| Solicitud | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| 1587312 | 1587312 - Pablo Lucas Carvajal Berríos - Rogelio González Palma | RGP Gestión | A lo principal: Téngase por interpuesto Recurso de Apelación, concédase y elévense los autos al Tribunal de propiedad industrial.<br>Se deja constancia que la acreditación del pago del derecho equivalente a 2 UTM exigido por el artículo 18 bis C de la Ley 19.039, ha sido efectuado electrónicamente en la Tesorería General de la República (TGR) mediante el sistema electrónico habilitado por INAPI en su sitio web institucional y que puede ser verificado en la página www.tesoreria.cl, sección Comprobante pago sitio, e ingresando los campos RUT PAGADOR, N° de FORMULARIO y FOLIO. |

**Sección C7:**

Cúmplase en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C8:**

Resoluciones varias en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| 1583919 | 1583919 - COMERCIALIZADORA EL MIRADOR S.A. - Víctor Miguel Torres Erices.<br>Resolución favorable de escrito contencioso oposiciones (sin certificación de ejecutoriedad) | LA DOÑA | A escrito de fecha 21/10/2025<br>Téngase por acompañados los documentos individualizados con citación |
| 1598719 | 1598719: LABORATORIOS SAVAL S.A - Claudia Tamara Cordero Chau<br>Resolución desfavorable de escrito contencioso oposiciones | ZIBÁ | A escrito de fecha 20/11/2025 folio 144221<br>Visto y teniendo presente duplicidad con escrito de fecha 20/11/2025 folio 144288, resuelvo no ha lugar |
| 1598719 | 1598719: LABORATORIOS SAVAL S.A - Claudia Tamara Cordero Chau<br>Resolución favorable de escrito contencioso oposiciones (sin certificación de ejecutoriedad) | ZIBÁ | A escrito de fecha 20/11/2025 folio 144288<br>Téngase por acompañados los documentos individualizados con citación |
| 1598719 | 1598719: LABORATORIOS SAVAL S.A - Claudia Tamara Cordero Chau<br>Resolución desfavorable de escrito contencioso oposiciones | ZIBÁ | A escrito de fecha 24/11/2025<br>Atendido el mérito de autos, no ha lugar por ahora. |
| 1598719 | 1598719: LABORATORIOS SAVAL S.A - Claudia Tamara Cordero Chau<br>Resolución favorable de escrito contencioso oposiciones (sin certificación de ejecutoriedad) | ZIBÁ | A escrito de fecha 21/10/2025 folio 130939<br>Téngase por acompañados los documentos individualizados con citación |
| 1609168 | 1609168 - COMERCIAL AMAR HERMANOS Y COMPANIA LIMITADA - COMERCIALIZADORA EL TREBOL SpA.<br>Resolución de observaciones de escrito contencioso oposiciones plazo Art 11 Ley 19039 (10 días) | El Trébol Comercializadora Logística de Transporte & Reciclaje | A escrito de fecha 12/11/2025<br>Vistos y teniendo presente lo dispuesto en Resolución INAPI 138 de fecha 9 de mayo de 2022, en cuyo numeral 6.4.5, señala las formalidades para acompañar materialmente de prueba, se resuelve: Previo a proveer, cúmplase con la disposición indicada anteriormente, en el sentido de acompañar efectivamente los documentos individualizados y en el orden que fueron individualizados dentro del plazo de diez días hábiles, bajo apercibimiento de tener por no presentado el escrito. |
| 1609987 | 1609987 - HORMEL FOODS CORPORATION - DFO, LLC - Mauricio Alejandro Prado Carrillo.<br>Resolución de observaciones de escrito contencioso oposiciones plazo Art 11 Ley 19039 (3 días) | SLAM | A escrito de fecha 17/10/2025<br>Vistos y teniendo presente que no consta que el escrito, se haya firmado válidamente de conformidad con lo establecido en el art. 3° de la Ley 19.799, sobre documentos electrónicos y firma electrónica, resuelvo: Previo a proveer, ratifíquese |

**Sección C8:**

Resoluciones varias en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| | | | escrito por don FELIPE PAVEZ, dentro de 3° día hábil, bajo apercibimiento de tener por no presentado el escrito. |
| 1616888 | 1616888: VELVET COMUNICACIONES SPA - TELEMUNDO NETWORK GROUP LLC<br>Resolución de por contestado el traslado de oposiciones | VELVET EL NUEVO IMPERIO | A escrito de fecha 21/10/2025<br>A lo principal: Téngase por contestada demanda de oposición<br>Al primer otrosí: Téngase por contestada observación de fondo<br>Al segundo otrosí: Téngase presente poder en custodia y por constituido patrocinio y poder |
| 1618938 | 1618938: ARAMA NATURAL PRODUCTS DISTRIBUIDORA LIMITADA - ADAMA Agan Ltd.<br>Resolución de por contestado el traslado de oposiciones | ADAMA | A escrito de fecha 20/10/2025<br>A lo principal: Téngase por evacuado el traslado y por contestada demanda de oposición.<br>Al primer otrosí: Téngase por contestada observación de fondo<br>Al segundo otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder<br>Al tercer otrosí: Téngase presente poder en custodia |
| 1620388 | 1620388: FRANKE TECHNOLOGY AND TRADEMARK LTD. - Kimberly Tamara Currie Frank<br>Resolución de por contestado el traslado de oposiciones | Frank Home | A escrito de fecha 17/10/2025<br>A lo principal: Téngase por contestada demanda de oposición<br>Al otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder |
| 1620388 | 1620388: FRANKE TECHNOLOGY AND TRADEMARK LTD. - Kimberly Tamara Currie Frank<br>Resolución desfavorable de escrito contencioso oposiciones | Frank Home | A escrito de fecha 10/03/2026<br>No ha lugar por extemporáneo. |
| 1621663 | 1621663: VERTICE S.A.- Mariangel Guerra Godoy<br>Resolución de observaciones de escrito contencioso oposiciones plazo Art 11 Ley 19039 (3 días) | VERTICE | A escrito de fecha 17/10/2025<br>Previo a resolver cúmplase con lo dispuesto en el artículo 5 inc. 3 de la Ley 19.039, en el sentido de comparecer de conformidad con lo dispuesto en la ley 18.120, dentro de tercero día hábil, bajo apercibimiento de tener por no presentado el escrito. |
| 1621666 | 1621666: FUNDACIÓN EDUCACIONAL IMPULSA - FALABELLA S.A. - Mariangel Guerra Godoy | IMPULSA | A escrito de fecha 17/10/2025 |

**Sección C8:**

Resoluciones varias en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|
| | Resolución de observaciones de escrito contencioso oposiciones plazo Art 11 Ley 19039 (3 días) | | Previo a resolver cúmplase con lo dispuesto en el artículo 5 inc. 3 de la Ley 19.039, en el sentido de comparecer de conformidad con lo dispuesto en la ley 18.120, dentro de tercero día hábil, bajo apercibimiento de tener por no presentado el escrito. |
| 1621700 | 1621700: Deutsche Pharma S.A.- COSPLAN INC.<br>Resolución favorable de escrito contencioso oposiciones (sin certificación de ejecutoriedad) | DERMATHOD | A escrito de fecha 29/10/2025<br>Téngase por acompañado documento individualizado con citación |
| 1621700 | 1621700: Deutsche Pharma S.A.- COSPLAN INC.<br>Resolución de por contestado el traslado de oposiciones | DERMATHOD | A escrito de fecha 17/10/2025<br>A lo principal: Téngase por contestada demanda de oposición<br>Al primer otrosí: Téngase por acompañados los documentos individualizados con citación<br>Al segundo otrosí: Téngase presente poder en custodia y por constituido patrocinio y poder |
| 1640811 | <br>Resolución de observaciones de escrito contencioso oposiciones plazo Art 11 Ley 19039 (3 días) | Z | A escrito de fecha 01/12/2025<br>Previo a proveer escrito de fecha 01/12/2025 folio 14932, señale número de custodia de poder respecto de SHEN QI. dentro de tercer día hábil, toda vez que el N°53792 por usted enunciado, corresponde a personas distintas de las comparecientes, bajo apercibimiento de tener por no presentado el escrito. |
| 991518158 | 991518158: Renault S.A.S - Reno Chile S.A. - GUANGDONG OPPO MOBILE TELECOMMUNICATIONS CORP., LTD.<br>Resolución favorable de escrito contencioso oposiciones (sin certificación de ejecutoriedad) | Reno | A escrito de fecha 17/04/2026<br>A lo principal: Visto y teniendo presente que se ratificó poder en audiencia de fecha 20/04/2026, resuelvo; téngase presente delegación de poder<br>Al otrosí: Téngase por acompañado |
| 991518158 | 991518158: Renault S.A.S - Reno Chile S.A. - GUANGDONG OPPO MOBILE TELECOMMUNICATIONS CORP., LTD.<br>Resolución desfavorable de escrito contencioso oposiciones | Reno | A escrito de fecha 09/10/2025<br>Vistos y teniendo presente el mérito de autos, el tiempo transcurrido y el hecho que a la fecha no consta cumplimiento alguno de apercibimiento de fecha 06/04/2026; Resuelvo: Declárese incurso en el apercibimiento decretado en estos autos y se tiene por no presentado el escrito de fecha 09/10/2025, para todos los efectos legales. |

**Sección C8:**

Resoluciones varias en juicios de oposición

| Solicitud | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C9N:**

Traslado de demanda de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1580314 | 1484909 | 6-2026 FABIOLA MERCEDES LÓPEZ SAAVEDRA<br>- CERVECERÍA CHILE S.A | LEYENDAS DE ORIGEN | Traslado por el término de 30 días hábiles, que se computarán de conformidad a lo establecido en el artículo 11 de la Ley 19.039. Notifíquese de conformidad a lo establecido en el artículo 40 y siguientes del Código de Procedimiento Civil.<br>Al 1° otrosí: Por acompañados, con citación.<br>Al 2° otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder. |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C9C:**

Traslado de demanda de Caducidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C9C:**

Traslado de demanda de Limitación Territorial

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C9C:**

Traslado de demanda de Limitación Cancelación

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C10N:**

Causa a prueba en juicios de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C10C:**

Causa a prueba en juicios de Caducidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

**Sección C10L:**

Causa a prueba en juicios de Limitación Territorial

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C10L:**

Causa a prueba en juicios de Cancelación

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C11N:**

Citaciones a oír sentencia en juicios de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C11C:**

Citaciones a oír sentencia en juicios de Caducidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C11L:**

Citaciones a oír sentencia en juicios de Limitación Territorial

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C11L:**

Citaciones a oír sentencia en juicios de Cancelación

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C12N:**

Fallos de juicios de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C12C:**

Fallos de juicios de Caducidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C12L:**

Fallos de juicios de Limitación Territorial

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C13N:**

Ejecutorias en juicios de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

**Sección C13C:**

Ejecutorias en juicios de Caducidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C13L:**

Ejecutorias en juicios de Limitación Territorial

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C13L:**

Ejecutorias en juicios de Cancelación

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C14N:**

Apelaciones en juicios de Nulidad por interpuestas

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

**Sección C14C:**

Apelaciones en juicios de Caducidad por interpuestas

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

**Sección C14L:**

Apelaciones en juicios de Limitación Territorial por interpuestas

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C14L:**

Apelaciones en juicios de Cancelación por interpuestas

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C15N:**

Cúmplase en juicios de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C15C:**

Cúmplase en juicios de Caducidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C15L:**

Cúmplase en juicios de Limitación Territorial

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C15L:**

Cúmplase en juicios de Cancelación

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C16N:**

Resoluciones varias en juicios de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| 1549925 | 1459384 | Demanda de nulidad 104/2025 - ZODIAC INTERNATIONAL CORPORATION- n RODRIGO SAMMUT LINARES<br>Resolución de traslado de incidentes de escrito contencioso demandas | OLEVIA | Resolviendo escrito de fecha 19/01/2026:<br>A lo principal: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder.<br>Al 1° otrosí: Téngase presente custodia de poder.<br>Al 2° otrosí: Traslado.<br>Al 3° otrosí: Se resolverá en su oportunidad.<br>Al 4° otrosí: Por acompañados, con citación. |
| 1586295 | 1454766 | 51-2025: Corteva Agriscience LLC - AGCO Corporation<br>Resolución de archivo por falta de acción del demandante | | Atendida la cancelación voluntaria del registro de fecha 08/08/2025, Resuelvo: Archívense estos antecedentes |
| 1586318 | 1454768 | 49-2025: Corteva Agriscience LLC - AGCO Corporation<br>Resolución de archivo por falta de acción del demandante | | Atendida la cancelación voluntaria del registro de fecha 08/08/2025, Resuelvo: Archívense estos antecedentes |
| 1617175 | 1482752 | 142-2025 Bayer Aktiengesellschaft - Laboratorios Saval S.A<br>Resolución favorable de escrito contencioso demandas (sin certificación de ejecutoriedad) | SORAFEN | Resolviendo escrito de fecha 15/04/2026:<br>A lo principal: Por acompañados, con citación.<br>Al otrosí: Estese a lo resuelto con esta fecha. |
| 1617175 | 1482752 | 142-2025 Bayer Aktiengesellschaft - Laboratorios Saval S.A<br>Resolución de por contestado el traslado de la demanda | SORAFEN | Resolviendo escrito de fecha 23/02/2026:<br>A lo principal: Por contestada la demanda de nulidad.<br>Al 1° otrosí: Por acompañados, con citación.<br>Al 2° otrosí: Téngase presente y por constituido patrocinio y poder. |
| 1617175 | 1482752 | 142-2025 Bayer Aktiengesellschaft - Laboratorios Saval S.A<br>Resolución favorable de escrito contencioso demandas (sin certificación de ejecutoriedad) | SORAFEN | Resolviendo escrito de fecha 16/01/2026 folio 6542:<br>A sus antecedentes. |
| 1617175 | 1482752 | 142-2025 Bayer Aktiengesellschaft - Laboratorios Saval S.A<br>Resolución favorable de escrito contencioso demandas (sin certificación de ejecutoriedad) | SORAFEN | Resolviendo escrito de fecha 16/01/2026 folio 6546:<br>A sus antecedentes. |
| 1617175 | 1482752 | 142-2025 Bayer Aktiengesellschaft - Laboratorios Saval S.A<br>Resolución favorable de escrito contencioso demandas (sin certificación de ejecutoriedad) | SORAFEN | Resolviendo escrito de fecha 16/01/2026 folio 6554:<br>Téngase presente |
| 1617175 | 1482752 | 142-2025 Bayer Aktiengesellschaft - Laboratorios Saval S.A | SORAFEN | Resolviendo escrito de fecha 16/01/2026 folio 6562: |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C16N:**

Resoluciones varias en juicios de Nulidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | Resolución favorable de escrito contencioso demandas (sin certificación de ejecutoriedad) | | Téngase presente |

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C16C:**

Resoluciones varias en juicios de Caducidad

| Solicitud | Registro | Expediente y Partes<br>Tipo de resolución | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C16L:**

Resoluciones varias en juicios de Limitación Territorial

| Solicitud | Registro | Representante | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

## Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección C16L:**

Resoluciones varias en juicios de Cancelación

| Solicitud | Registro | Representante | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|

**Secretario – Abogado**
**De Marcas e indicaciones Geográficas y**
**Denominaciones de Origen**

# Estado Diario Subdirección de Marcas 22/04/2026

**Sección E1:**

Estado Diario especial – Correcciones de fecha de concesión

| Solicitud | Registro | Representante | Marca | Observaciones |
|---|---|---|---|---|
| | | | | |

**Firma por orden del Director Nacional y**
**de la Conservadora de Marcas**

**Firmado electrónicamente, conforme a los estándares de la Ley N°19.799 para firma electrónica avanzada**