

---

Sentencia impugnada: Segunda Sala de la Cámara Civil y Comercial de la Corte de Apelación del Distrito Nacional, del 13 de julio de 2010.

Materia: Civil.

Recurrente: Agua Crystal, S. A.

Abogados: Licda. Stephanía Céspedes y Lic. Roberto Rizik Cabral.

Recurrido: Industrias San Miguel del Caribe, S. A.

Abogados: Dr. Miguel E. Núñez Durán y Lic. Leonardo Alberto Miranda.

**SALA CIVIL Y COMERCIAL.**

*Rechaza.*

Audiencia pública del 28 de febrero de 2017.

Preside: Francisco Antonio Jerez Mena.

## **DIOS, PATRIA Y LIBERTAD**

En Nombre de la República, la Sala Civil y Comercial de la Suprema Corte de Justicia, actuando como Corte de Casación, dicta en audiencia pública la sentencia siguiente:

Sobre el recurso de casación interpuesto por Agua Crystal, S. A., entidad comercial existente de conformidad con las leyes de la República, con domicilio y asiento principal en la autopista Duarte km. 6½ de esta ciudad, contra la sentencia civil núm. 433-2010, dictada el 13 de julio de 2010, por la Segunda Sala de la Cámara Civil y Comercial de la Corte de Apelación del Distrito Nacional, cuyo dispositivo figura copiado más adelante;

Oído al alguacil de turno en la lectura del rol;

Oído en la lectura de sus conclusiones a la Licda. Stephanía Céspedes por sí y por el Licdo. Roberto Rizik Cabral, abogados de la parte recurrente, Agua Crystal, S. A.;

Oído en la lectura de sus conclusiones al Licdo. Leonardo Alberto Miranda por sí y por el Dr. Miguel E. Núñez Durán, abogados de la parte recurrida, Industrias San Miguel del Caribe, C. por A.;

Oído el dictamen de la magistrada procuradora general adjunta de la República, el cual termina: Único: “Que en el caso de la especie, tal y como señala el segundo párrafo del artículo 11 de la Ley No. 3726, de fecha 29 del mes de diciembre del año 1953, sobre Procedimiento de Casación, por tratarse de un asunto que no ha sido objeto de comunicación al Ministerio Público por ante los Jueces del fondo, “Dejamos al criterio de la Suprema Corte de Justicia, la solución del presente recurso de casación”;

Visto el memorial de casación depositado en la Secretaría General de la Suprema Corte de Justicia de fecha 23 de agosto de 2010, suscrito por los Licdos. Roberto Rizik Cabral, Luisa Nuño Núñez y Janet Adames Pérez, abogados de la parte recurrente, Agua Crystal, S. A., en el cual se invocan los medios de casación contra la sentencia impugnada;

Visto el memorial de defensa depositado en la Secretaría General de la Suprema Corte de Justicia de fecha 14 de septiembre de 2010, suscrito por el Dr. Miguel E. Núñez Durán y las Licdas. Ada García Vásquez y Lourdes Grullón Dickson, abogados de la parte recurrida, Industrias San Miguel del Caribe, S. A.;

Vistos, la Constitución de la República, los Tratados Internacionales de Derechos Humanos de los cuales la República Dominicana es signataria, las decisiones dictadas en materia constitucional; la Ley núm. 25, de fecha 15 de octubre de 1991, modificada por la Ley núm. 156, del 10 de julio de 1997, los artículos 1 y 65 de la Ley núm. 3726, sobre Procedimiento de Casación, de fecha 29 de diciembre de 1953, modificada por la Ley núm. 491/08, de fecha 19 de diciembre de 2008;

La CORTE, en audiencia pública del 15 de junio de 2011, estando presentes los magistrados Rafael Luciano Pichardo, presidente; Ana Rosa Bergés Dreyfous, Eglys Margarita Esmurdoc y José E. Hernández Machado, asistidos de la secretaria;

Visto el auto dictado el 13 de febrero de 2017, por el magistrado Francisco Antonio Jerez Mena, en funciones de presidente de la Sala Civil y Comercial de la Suprema Corte de Justicia, por medio del cual se llama a sí mismo, en su indicada calidad, y a los magistrados Dulce María Rodríguez de Goris y José Alberto Cruceta Almánzar, jueces de esta sala, para integrarse a esta en la deliberación y fallo del recurso de casación de que se trata, de conformidad con la Ley núm. 926, del 21 de julio de 1935, reformada por el artículo 2 de la Ley núm. 294, de fecha 20 de mayo de 1940, y después de haber deliberado los jueces signatarios de este fallo;

Considerando, que en la sentencia impugnada y en los documentos a que ella se refiere, consta: a) que con motivo de un recurso de apelación administrativo incoado por Agua Crystal, S. A., contra la resolución núm. 0055-2009, de fecha 2 de julio de 2009, dictada por el director general de la Oficina Nacional de la Propiedad Intelectual (ONAPI), a favor de la entidad Industrias San Miguel del Caribe, C. por A., cuyo dispositivo copiado textualmente es el siguiente: “**PRIMERO:** DECLARA, como al efecto DECLARA en cuanto a la forma regular y válido el presente recurso de Apelación por vía Administrativa incoado por la entidad comercial AGUA CRYSTAL, S. A., debidamente representada por la LIC. JANET ADAMES PÉREZ, por haberlos hecho de conformada con la Ley que rige sobre la materia; **SEGUNDO:** RECHAZAR, como al efecto RECHAZA en cuanto al fondo, el presente Recurso de Apelación por vía Administrativa, incoado en fecha 24 de marzo del 2009, por la sociedad comercial AGUA CRYSTAL, S. A., debidamente representada por la LIC. JANET ADAMES PÉREZ, contra la resolución No. 000054 de fecha 22 de enero del 2009, emitida por el Departamento de Signos Distintivos, en virtud de que las marcas CRYSTAL y KRIS en el aspecto gráfico y fonético resultan ser claramente diferenciables, lo cual permite su coexistencia en el mercado sin crear error o confusión en el público consumidor y en base a todos los demás elementos indicados en el cuerpo de la presente resolución, por tanto no corresponde aplicar la causal de oposición alegada; **TERCERO:** CONFIRMAR como al efecto CONFIRMA, la resolución No. 000054 de fecha 22 de enero del 2009, dada por el Departamento de Signos Distintivos; **CUARTO:** DISPONER como al efecto DISPONE que la presente resolución sea notificada a las partes y publicada en el boletín informativo de la ONAPI” (sic); b) no conforme con dicha decisión, Agua Crystal S. A., interpuso formal recurso de apelación, mediante acto núm. 764-2009, de fecha 20 de agosto de 2009, del ministerial Algeni Félix Mejía, alguacil de estrados de la Segunda Sala de la Cámara Penal del Juzgado de Primera Instancia del Distrito Nacional, en ocasión del cual la Segunda Sala de la Cámara Civil y Comercial de la Corte de Apelación del Distrito Nacional, dictó en fecha 13 de julio de 2010, la sentencia civil núm. 433-2010, ahora impugnada, cuya parte dispositiva copiada textualmente establece lo siguiente: “**PRIMERO:** ACOGE en cuanto a la forma, como bueno y válido el recurso de apelación, interpuesto por la sociedad de comercio AGUA CRYSTAL, S. A., mediante actuación procesal No. 704/2009, de fecha veinte (20) del mes de agosto del año dos mil nueve (2009), instrumentado por el Ministerial ALGENI FÉLIX MEJÍA, Alguacil de Estrados de la Segunda Sala de la Cámara Penal del Juzgado de Primera Instancia del Distrito Nacional, contra la Resolución No. 0055-2009, relativa al expediente No. 2007-29798, dictada por el Director General de la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial (ONAPI), de fecha dos (02) del mes de julio del año dos mil nueve (2009), por haber sido interpuesto conforme al derecho que rige la materia; **SEGUNDO:** RECHAZA en cuanto al fondo, el referido recurso de apelación descrito anteriormente, y en consecuencia CONFIRMA en todas sus partes la referida resolución, por los motivos antes citados; **TERCERO:** CONDENA al pago de las costas del procedimiento a la

recurrida, sociedad AGUA CRYSTAL, S. A., y ordena la distracción de las mismas en beneficio del DR. MIGUEL NUÑEZ DURÁN y los LICDOS. ADA GARCÍA VÁSQUEZ y LOURDES GRULLÓN DICKSON, quienes afirman estarlas avanzando en su totalidad” (sic);

Considerando, que en su memorial de defensa la parte recurrida solicita, de manera principal, que se declare inadmisibles el presente recurso de casación en razón de que el mismo carece de medios de casación precisos de la enunciación de los textos legales que supuestamente fueron violados mediante la sentencia impugnada y porque tampoco expresa en que consistieron dichas violaciones legales;

Considerando, que aunque la recurrente no denomina ni designa como “medios” los agravios y vicios que formula contra el fallo atacado, el examen del memorial contentivo del presente recurso de casación evidencia que éstos indudablemente constituyen los medios en que se funda dicho recurso; que, asimismo, en el desarrollo de dichos agravios se señalan los textos legales alegadamente transgredidos y en qué radica la violación de los mismos; que, siendo esto así, es procedente rechazar el medio de inadmisión propuesto por la parte recurrida por carecer de fundamento y, en consecuencia, proceder al examen del presente recurso;

Considerando, que en apoyo de los agravios desarrollados en su memorial de casación la parte recurrente alega, en resumen, que según las disposiciones del literal a) del artículo 70 de la Ley 20-00, sobre Propiedad Industrial, la función esencial de una marca es distinguir e identificar un producto o servicio de otro; que en el caso la marca Kris tiene un objetivo opuesto a la definición antes dada, es decir, no distingue ningún producto o servicio de otro, sino que imita una marca registrada, de notoriedad en el mercado nacional, cuyo titular es la sociedad Agua Crystal, S. A.; que esta situación crea una evidente confusión al público consumidor, que afecta de manera directa a la sociedad Agua Crystal, S. A., titular de la marca notoria Crystal, por lo que la solicitud de la marca Kris a favor de Industrias San Miguel del Caribe, C. por A. debe ser anulada; que Agua Crystal, S. A. goza del derecho exclusivo que le otorga el artículo 71 de la Ley 20-00, sobre Propiedad Industrial a través del registro; que la Ley 20-00, sobre Propiedad Industrial, en su artículo 74, literales a) y g) es precisa al establecer una prohibición al registro de marcas que constituyan una reproducción de otras marcas ya registradas, asimismo el literal d) del mismo artículo prohíbe el registro de marcas que constituyan la reproducción de marcas notoriamente conocidas, como lo es el caso de la marca Crystal, clase internacional 32; que la resolución No. 54, expedida por el Departamento de Signos Distintivos de la Oficina Nacional de la Propiedad Industrial no solo contraviene las disposiciones de la Ley 20-00 y la Convención de París para la Protección de la Propiedad Industrial, sino que perjudica directamente los intereses de Agua Crystal, S. A. a quien le fuera otorgado el derecho de uso exclusivo de la marca Crystal en el año 1974 y a quien la Convención de París le confiere una protección especial, en virtud de la notoriedad de su marca, cuando establece en el numeral 1) de su artículo 6to. bis, que el titular de una marca notoria tendrá derecho a reclamar que no sea concedido el registro de una marca igual o parecida a la marca notoria, cuando la misma sea capaz de generar confusión o riesgo de asociación; que al emitir la resolución 0055-2009, es evidente que el Director General de la ONAPI no ponderó las consideraciones expuestas en nuestro recurso y entendió que de no concederse el registro a la marca Kris se estaría coartando la libre competencia y que las mismas no son pasibles de ser confundidas por el consumidor dominicano; que en la doctrina marcaria internacional ha prevalecido la tesis de que por ser muy sensibles al riesgo de confusión, las marcas intensamente usadas y notoriamente conocidas deben gozar de una protección reforzada; que de conformidad con las disposiciones doctrinarias, legales y jurisprudenciales queda evidenciado que contrario a lo alegado por Industrias San Miguel del Caribe, C. por A. la reproducción fonética existente entre las marcas Kris y Crystal son causal suficiente para denegar su registro ya que viola la ley dominicana que rige la materia, toda vez que sin duda alguna induce al público a error o confusión, causa a Agua Crystal, S. A. un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial de la marca Crystal y constituye un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca Crystal;

Considerando, que para los efectos de la Ley 20-00 sobre Propiedad Industrial se entenderá por marca “cualquier signo o combinación de signos susceptible de representación gráfica apto para distinguir los productos o los servicios de una empresa, de los productos o servicios de otras empresas”; que por su parte, el doctrinario Yves Saint-Gal, en la obra Protection et Valorisation del Marques de Fabrique de Commerce ou de Service, define

la marca como “ el signo distintivo que permite a su titular (fabricante o comerciante) distinguir sus productos (o servicios) de los de su competencia. La marca es pues un signo de adhesión de la clientela”; que en el libro titulado El derecho Marcario y la Propiedad Industrial, Eduardo Gabino Castrejon García, establece que marca es “todo signo o medio material que permite a cualquier persona física o jurídica distinguir los productos que elabora o expende, así como aquellas actividades consistentes en servicios de otros iguales o similares cuya finalidad inmediata es la de atraer la clientela y después conservarla y aumentarla”;

Considerando, que aunque las marcas cumplen diversas funciones, la doctrina y la jurisprudencia coinciden al señalar que la función primordial y básica de una marca es la distintiva, pues es la que permite al consumidor identificar y diferenciar el producto o servicio que le satisface de otro similar, estableciéndose en la generalidad de las legislaciones de marcas la prohibición de registrar aquellos signos que carezcan de esa cualidad; autores como María Luisa Llobregat Hurtado (Temas de Propiedad Industrial) y Diego Chijane Dapkevicius (Derecho de Marcas) señalan que además de la función distintiva, las marcas hacen otras funciones, como la indicadora de la calidad de sus productos o servicios, la publicitaria y la de condensar su imagen o buena fama; que aun cuando no todas esas funciones están tuteladas jurídicamente, se les reconoce su importancia explícitamente, como lo hizo el Registro Nacional de Costa Rica en una publicación digital de fecha 28 de octubre de 2013, en la que afirma que las marcas contribuyen a reflejar la imagen, reputación, calidad y garantía de los productos o servicios ofrecidos por las empresas, por lo que a su vez sirven como canal publicitario de los mismos y pueden ser un activo comercial importante;

Considerando, que en cuanto al alegato de la recurrente en el sentido de que la marca Kris imita la marca registrada y notoria Crystal, violando así el artículo 74 de la mencionada Ley 20-00; que dicho texto legal establece, entre otras cosas, que: “No podrá ser registrado como marca un signo cuando ello afectare algún derecho de tercero. A estos efectos se consideraran, en otros, los casos en que el signo que se pretende registrar: a) Sea idéntico o se asemeje de forma que pueda crear confusión, a una marca registrada o en trámite de registro en los términos del Artículo 75 y siguientes, por un tercero desde una fecha anterior, que distinga los mismos productos o servicios, o productos o servicios diferentes pero susceptibles de ser asociados o vinculados con los que la marca anterior distingue”;

Considerando, que sobre este aspecto en particular la corte a qua estableció en su decisión, lo siguiente: “que constituye un hecho incuestionable que ambas marcas comerciales son claramente diferenciables, ya que, así fue reconocido en la resolución objeto de este recurso, en fecha dos (02) del mes de julio del año dos mil nueve (2009), que igualmente, constituye un hecho incuestionable y no controvertido, que ambas marcas pertenecen a la clase internacional 32, las cuales están destinadas para cervezas, agua minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebida; que tratándose de marcas diferenciables, no existen posibilidades de que el consumidor se confunda al momento de adquirir el producto, por lo que ésta situación no trae ningún tipo de perjuicio en contra de la marca que fue registrada primero y que se ha ganado una fama en el mercado a base de trabajo e inversión de recursos, en la especie, la marca Crystal; que en la especie, ha quedado de manifiesto, tal como lo establece la resolución impugnada, que ambas marcas de productos, aunque se encuentran dentro del mismo renglón, en cuanto a clase internacional 32, en tanto que ambas van dirigidas a proteger la misma serie de productos, son altamente distintivas las cuales no dan lugar a ningún tipo de confusión por parte de los consumidores, y a la luz de lo que establece el artículo 15 de la Ley 20-00 sobre Propiedad Industrial, cualquier signo o combinación de signos que sea capaz de distinguir los bienes o servicios de una empresa de los de otras empresas debe poder registrarse como marca” (sic);

Considerando, que, asimismo, el examen del fallo atacado pone de manifiesto que la jurisdicción a qua para determinar que la marca Kris era capaz de distinguir los productos o servicios para los que fue solicitada, tomó en consideración lo expuesto por el Director General de la Oficina Nacional de Propiedad Industrial en la resolución recurrida No. 0055-2009, en el sentido de que: “Que ha sido un criterio reiterado por esta alzada que al cotejar marcas en pugna es preciso conservar la unidad gramatical y conceptual de estas, ya que su comparación ha de hacerse partiendo de la totalidad de los elementos que las componen, de manera que en el examen no se deben desintegrar artificialmente las palabras o sílabas, sino que la valoración debe hacerse partiendo de la impresión

que genera la marca en su conjunto; Que en el mismo orden se han pronunciado otros tribunales de la región, tal es el caso de Ecuador, al tenor ha señalado que: “En el análisis marcario no debe utilizarse un criterio matemático a fin de contar el número de letras o sílabas que no sean iguales o diferentes”, sino la impresión general que la marca suscita en la mente de los consumidores; ...; Que igualmente la doctrina marcaria ha asimilado que “una marca difiere suficientemente de otra cuando ninguna confusión es posible para quienes ponen en su examen una atención común y ordinaria...”. En consecuencia en el presente caso para un consumidor que preste una atención común y ordinaria en el cotejo de las marcas en cuestión, ambas serían fácilmente diferenciables” (sic);

Considerando, que tal como se evidencia de la motivación que sostiene la sentencia recurrida, la corte, además de adoptar los motivos expresados por el Director General de la Oficina Nacional de Propiedad Industrial en la resolución impugnada, efectuó su propio análisis de la distintividad, cualidad que debe tener todo signo que procura constituirse en marca, del signo Kris con un doble enfoque, por un lado, hizo una consideración individual del signo objetado, abarcando las cualidades exclusivas del mismo y los productos que pretende diferenciar y, por el otro, ponderó la percepción y significación que la clientela le atribuiría a dicho signo, aspectos que resultaron determinantes al momento de comprobar la innegable aptitud individualizadora de la marca Kris y la inexistente posibilidad de que el consumidor se confunda al adquirir los productos de una y otra marca; que como consecuencia de dichas comprobaciones quedó establecido que la marca Kris podía cohabitar en el mercado nacional con la marca registrada Crystal, aunque los productos o servicios que ambas diferencian se destinan a finalidades iguales o afines y circulan en el mismo mercado;

Considerando, que, así las cosas, al decidir la corte a qua del modo en que lo hizo, ratificando el registro de la marca Kris, por haber quedado evidenciado que esa marca no induciría a error o confusión al público consumidor con la marca Crystal y que no existía riesgo de que las marcas en litis sean asociadas con un origen empresarial común, no ha incurrido en la violación denunciada por la recurrente en el agravio analizado, por tanto, procede desestimarlos por infundado e improcedente;

Considerando, que en lo concerniente a la aducida violación del artículo 71 de la Ley 20-00 sobre Propiedad Industrial; que dicho artículo dispone para adquisición del derecho sobre la marca que: “1) El derecho al uso exclusivo de una marca se adquiere mediante su registro”; que el registro de la marca le confiere a su titular un derecho exclusivo para utilizarla en el tráfico económico y el derecho de actuar contra cualquier tercero que utilice o pretenda registrar un signo idéntico o similar a la marca registrada; que para el ejercicio de este último derecho es necesario que la marca cuya solicitud de registro es impugnada se asemeje de forma que induzca a confusión al público con la marca registrada, pueda originar situaciones perjudiciales al titular de la marca o produzca una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial de dicha marca; que, en la especie, tal como se ha expresado anteriormente, la posibilidad de que la marca Kris pudiera crear confusión entre los consumidores de la marca Crystal ha sido descartada; que, además, no se ha demostrado que la incursión en el mercado de la marca Kris le hubiere causado algún agravio al propietario de la marca Crystal, como tampoco se probó que la entrada al mercado de la marca Kris disminuyera el valor comercial de la marca Crystal; por el contrario, la alzada estableció que la marca impugnada cumplía con todas las exigencias de la ley; que, por tales razones, el agravio bajo estudio debe ser desechado por carecer de fundamento;

Considerando, que en cuanto a lo alegado en el sentido de que la decisión recurrida violenta el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial; que el artículo 6 bis, numeral 1 del referido Convenio de París, del cual somos signatarios dispone que: “Los Países de la Unión se comprometen, bien de oficio, si la legislación del país lo permite, bien a instancia del interesado, a rehusar o invalidar el registro y a prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio que constituya la reproducción, imitación o traducción, susceptibles de crear confusión, de una marca que la autoridad competente del país de registro o del uso estimare ser allí notoriamente conocida como siendo ya marca de una persona que pueda beneficiarse del presente Convenio y utilizada para productos idénticos o similares. Ocurrirá lo mismo cuando la parte esencial de la marca constituya la reproducción de tal marca notoriamente conocida o una imitación susceptible de crear confusión con ésta”;

Considerando, que la corte a qua expresa en su decisión que “por los motivos expuestos y por los contenidos en la Resolución No. 0055-2009,..., los cuales esta Sala hace suyos, por considerarlos conformes a los hechos y al

derecho, procede rechazar el recurso que nos ocupa, y confirmar en todas sus partes la resolución recurrida en todas sus partes”, lo cual implica la adopción de los motivos contenidos en dicha resolución; que en el fallo impugnado figura transcrita la siguiente motivación de la mencionada Resolución No. 0055-2009, emitida por el Director General de la Oficina Nacional de Propiedad Industrial: “que en relación a los alegatos de notoriedad presentados por la recurrente, resultan ser aprovechables los criterios sostenidos por esta alzada donde ha dejado establecido que es un hecho cierto que no ha sido objetado ni desvirtuado dentro del proceso, la notoriedad de que goza la marca recurrente, no obstante, el carácter tuitivo del marco normativo y regulatorio a favor de las marcas notorias tiene la finalidad de asegurar la protección de sus derechos, más no de obstaculizar el surgimiento de nuevas marcas en el mercado,.... En el caso que nos atañe, es criterio de este plenario, que los derechos adquiridos por la marca recurrente en función de su notoriedad se encuentran salvaguardados, dada la facilidad con que esta puede ser diferenciada de la marca objeto del presente recurso; que por las razones anotadas y luego de realizar un cotejo tanto gráfico como fonético de la marca Crystal clase internacional 32, propiedad de la parte recurrente, y la marca Kris (denominativa) clase internacional 32, solicitada por la parte recurrida, es criterio de esta Oficina que se trata de marcas que resultan ser claramente diferenciables, lo cual permite su coexistencia en el mercado sin crear error o confusión en el público consumidor, por lo que no resultan aplicables los artículos invocados por la recurrente” (sic);

Considerando, que de los motivos antes copiados se colige que la calidad de marca notoriamente conocida de Crystal no ha sido discutida en el presente caso, más bien fue establecida y reconocida en la sentencia impugnada; que si bien es cierto que el Convenio de París exige a los países signatarios del mismo rehusar o invalidar el registro y prohibir el uso de una marca que sea susceptible de crear confusión con otra marca ya notoriamente conocida en un país miembro de dicha convención, también es verdad que en el artículo 4, numeral 1, letra a) de la Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones Sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas, aprobada por la Asamblea de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial y la Asamblea General de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI), en la trigésima cuarta serie de reuniones de las Asambleas de los Estados miembros de la OMPI (septiembre de 1999), se determinó que: “Se estimará que una marca está en conflicto con una marca notoriamente conocida cuando esa marca, o una parte esencial de la misma, constituya una reproducción, una imitación, una traducción, o una transliteración susceptible de crear confusión con la marca notoriamente conocida, si la marca, o una parte esencial de la misma, se utiliza, es objeto de una solicitud de registro, o está registrada, en relación con productos y/o servicios idénticos o similares a los productos y/o servicios a los que se aplica la marca notoriamente conocida”;

Considerando, que, como se infiere de la lectura del referido artículo 6 bis, numeral 1 del Convenio de París y del artículo 4, numeral 1, letra a) de la Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones Sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas, estas marcas gozan de protección en la mayoría de los países contra las marcas que se consideren reproducción, imitación o traducción de una marca notoriamente conocida, siempre y cuando sean capaz de crear confusión en el sector pertinente del público consumidor;

Considerando, que, en ese orden de ideas, como el rechazo del recurso de oposición hecho contra la solicitud de registro de la marca denominativa Kris y la confirmación de esa decisión por parte de la corte a qua estuvieron sustentados en que las particularidades de las marcas Kris y Crystal indudablemente las hacen perfectamente diferenciables y que la referida marca Kris poseía fuerza distintiva conforme a los efectos del derecho marcario, por lo que su incursión al mercado no conduciría a que surja confusión entre el público consumidor de la marca notoriamente conocida Crystal, a juicio de esta Sala y Comercial, la jurisdicción a qua actuó con estricto apego a lo dispuesto en el referido Convenio; que, por lo tanto, procede desestimar por improcedente y mal fundado el medio de casación examinado y con ello el presente recurso de casación;

Por tales motivos, **Primero:** Rechaza el recurso de casación interpuesto por Agua Crystal, S. A., contra la sentencia civil núm. 433-2010, de fecha 13 de julio de 2010, dictada por la Segunda Sala de la Cámara Civil y Comercial de la Corte de Apelación del Distrito Nacional, cuyo dispositivo aparece copiado en parte anterior del presente fallo; **Segundo:** Condena a la recurrente, Agua Crystal, S. A., al pago de las costas del procedimiento, y ordena su distracción en provecho del Dr. Miguel E. Núñez Durán y de las Licdas. Lourdes Grullón Dickson y Ada

García Vásquez, abogados de la parte recurrida, quienes afirman haberlas avanzado en su totalidad.

Así ha sido hecho y juzgado por la Sala Civil y Comercial de la Suprema Corte de Justicia, como Corte de Casación, y la sentencia pronunciada por la misma en la ciudad de Santo Domingo de Guzmán, en su audiencia pública del 28 de febrero de 2017, años 174º de la Independencia y 154º de la Restauración.

Firmado: José Alberto Cruceta Almánzar, Francisco Antonio Jerez Mena y Dulce María de Goris. Crisitiana A.Rosario, Secretaria General.

La presente sentencia ha sido dada y firmada por los señores Jueces que figuran en su encabezamiento, en la audiencia pública del día, mes y año en él expresados, y fue firmada, leída y publicada por mí, Secretaria General, que certifico.