



RESOLUCION DEFINITVA

Expediente No. 2015-0475-TRA-PI

Solicitud de registro de marca de fábrica y de comercio “ALFACENTER (diseño)”

ALFAGRES, S.A. Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expedientes de origen número 2013-2538)

Marcas y otros signos distintivos

VOTO N° 0063-2016

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.- San José, Costa Rica, al ser las catorce hora, veinte minutos, del primero de marzo del dieciséis.

Conoce este Tribunal del recurso de apelación interpuesto por el licenciado Aarón Montero Sequeira, mayor, casado una vez, abogado y notario, titular de la cédula de identidad número uno-novecientos ocho-cero cero seis, en su condición de apoderado especial de la empresa **ALFAGRES, S.A.**, sociedad constituida bajo las leyes de Colombia, con domicilio en: AV, Caracas No. 35-55, en contra la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 10:47:41 horas del 26 de mayo del 2015.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado en el Registro de la Propiedad Industrial, el diez de junio del dos mil quince, el licenciado Aarón Montero Sequeira, de calidades y condición dicha al inicio, solicitó en el Registro de la Propiedad Industrial la inscripción del signo:



como marca de fábrica y de comercio bajo el expediente número **2015-2538** para proteger y distinguir, “Servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de productos tales como; Alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción , asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, accesorios metálicos para baño y cocina, muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción , asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, pintura para exteriores e interiores, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos antibacterial, desengrasante antibacterial, desinfectante para baños, limpiador de vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes, shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante.”, en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

La representación de la empresa solicitante, en escrito de contestación a las objeciones señaladas por el Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución de las 14:25:21 horas del 23 de marzo del 2015, solicita se limiten los servicios a: “Servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción, asfalto, pez, betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, duchas metálicas, lavamanos metálicos, elementos de grifería metálicos, accesorios metálicos para baño y cocina , muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para construcción, asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monume3ntos no



metálicos , pintura para exteriores e interiores, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos antibacterial, desengrasante antibacterial, desinfectante para baños, limpiador de vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes, shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante, todos los servicios anteriores relacionados a la remodelación y decoración”. Limitación que fue aceptada por el Registro de la Propiedad Industrial (Ver folio 19).

SEGUNDO. Mediante resolución final dictada a las 10:47:41 horas del 26 de mayo del 2015, el Registro de la Propiedad Industrial resuelve “[...] **RECHAZAR PARCIALMENTE la inscripción de la solicitud presentada** para los servicios de **importación, exportación, compra, venta, comercialización, de: pintura para exteriores e interiores**, pudiendo continuar con el trámite de inscripción para servicios de **importación, exportación, compra, venta, comercialización, de: alfombras, felpudos, esteras, linólio y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción, asfalto, pez, betún, construcciones transportables no metálicos, monumentos no metálicos, duchas metálicas, lavamanos metálicos, elementos de grifería metálicos, accesorios metálicos para baño y cocina, muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos ni metálicos para la construcción de asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos, antibacterial, desengrasante antibacterial, desinfectantes para baños, limpiador de vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes, shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante, todos los servicios anteriores relacionados a la remodelación y decoración [...].”**

TERCERO. El diez de junio del dos mil quince, el licenciado Aarón Montero Sequeira, en representación de la empresa ALFAGRES, S.A., interpuso recurso de revocatoria con apelación en subsidio y nulidad concomitante, siendo, que el Registro de la Propiedad Industrial mediante resolución dictada a las 15:17:20 horas del 19 de junio del 2015, declara sin lugar el recurso de



apelación, y mediante resolución de las 15:17:22 horas del 19 de junio del 2015, admite el recurso de apelación y consecuentemente no admite la nulidad concomitante, y es por esa circunstancia que conoce este Tribunal.

CUARTO. Que a la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde y no se han observado causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados o la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución fuera del plazo legal, toda vez que el Tribunal Registral Administrativo no contó con su Órgano Colegiado del doce de julio del dos mil quince al primero de setiembre del dos mil quince.

Redacta la juez Ortiz Mora, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hechos probados relevantes para lo que debe ser resuelto, los siguientes:

1.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita a nombre de la empresa



EDGAR HIDALGO, S.A., el nombre comercial desde el 4 de febrero de 1993, bajo el registro número 82135, protege y distingue, “Un establecimiento comercial dedicado a pinturas solventes, esmaltes, barnices, lacas, preservativos, antioxidantes, resinas naturales y otros.. (Ver folios 4 al 5).

2.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita a nombre de la empresa



EDGAR HIDALGO, S.A., la marca de fábrica bajo el registro número 169369 desde el 9 de julio del 2007, vigente hasta el 9 de julio del 2017, la cual protege y distingue “Colores, barnices, lacas, conservantes contra la herrumbre y el deterioro de la madera, materias tintóreas, mordientes, resinas naturales en estado bruto, metales en hojas y en polvo para pintores decorados, impresores y artistas, pinturas vinílicas solubles en agua, pinturas acrílicas solubles en agua, pinturas en aceite, anticorrosivos, barnices, revestimientos (pinturas) en pasta y en grano” en clase 2 de la Clasificación de Niza.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con tal naturaleza de importancia para la presente resolución.

TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial ante la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y de comercio



(diseño) decide rechazar parcialmente la inscripción de la solicitud para los “**servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de: pintura para exteriores e interiores**”, por ser una marca inadmisibles por derechos de terceros en cuanto a esos servicios específicos, de conformidad con el artículo 8 incisos b) y d) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y ordena continuar con el trámite de inscripción de la marca solicitada para los “servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de: alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción, asfalto, pez, betún, construcciones transportables no metálicos, monumentos no metálicos, duchas metálicas, lavamanos metálicos,



elementos de grifería metálicos, accesorios metálicos para baño y cocina, muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos ni metálicos para la construcción de asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos, antibacterial, desengrasante antibacterial, desinfectantes para baños, limpiador de vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes, shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante, todos los servicios anteriores relacionados a la remodelación y decoración.”

La representación de la empresa recurrente, dentro de su escrito de agravios argumenta que uno de los puntos principales expuestos y solicitados mediante la prevención de fondo planteada, fue una solicitud de limitación de clase. El Registro aceptó la limitación propuesta, y en este sentido se elimina el engaño.

Señala, que no existe riesgo de asociación o confusión entre las marcas, que aunque cuentan con cierta similitud, las mismas poseen suficientes elementos diferenciadores en el diseño que le agrega distintividad, por lo que la marca de su representada puede coexistir pues no induce a confusión.

Hace un cotejo de los signos desde la óptica gráfica fonética e ideológica. Indica que a nivel gráfico existen marcadas diferencias con respecto a sus elementos denominativos “Alfacenter los especialistas en remodelación” vs “Alfa”, donde la similitud se encuentra en cuatro letras que ni siquiera se logran comparar entre sí, respecto de la totalidad del signo. Se logra detectar una diferencia aún mayor en cuanto a los elementos figurativos del signo, donde las diferencias son aún mayores y no comparten elementos, colores ni diseños, son completamente distintos unos del otro.

Desde el cotejo fonético no logra detectar una similitud entre la forma de pronunciar o entender los signos comparados, pues resulta difícil que un consumidor promedio se confunda al buscar “ALFA” y “ALFACENTER LOS ESPECIALISTAS EN REMODELACIÓN (diseño)”. No



podemos cómo puede afirmarse que exista una semejanza peligrosa entre dos signos que lo único que comparten en común es una palabra “A-L-F-A”.

Indica, que el cotejo ideológico, consiste en una comparación desde el punto de vista de las ideas y conceptos que transmiten al consumidor. Es evidente que no existe ningún tipo de riesgo que pueda ser alegado en cuanto a aspectos ideológicos de los signos, pues salvo que se trate de signos dirigidos a proteger servicios de tours históricos alusivos a la conquista de Peloponeso, la acrópolis o estudios filosóficos, no sabemos que puede imaginarse obligatoriamente el consumidor al leer ALFA.

Resalta, que su representada cuenta con variedad de marcas inscritas a su favor en nuestro país, que poseen la palabra “ALFA”. Por lo anterior, solicita continuar con el trámite de la inscripción de la marca “ALFACENTER LOS ESPECIALISTAS EN REMODELACIÓN (diseño)” en la clase 35.

CUARTO. SOBRE EL FONDO. Las marcas, como signos que distinguen productos o servicios, juegan en el comercio un papel esencial, porque su principal función consiste en diferenciarlos, brindándoles la ventaja de no ser confundidos con otros similares que resulten competidores suyos. Las marcas no sólo son útiles e imprescindibles para los fabricantes y comerciantes que las utilizan en el mercado para proteger sus productos, sino también son útiles para los consumidores, por cuanto si tales signos son un referente de la reputación de un producto o un servicio, es un hecho que aquellos están obligados a elegir, comprobar y recordar, selectivamente una marca en particular, entre las distintas marcas que el mercado ofrece.

Por tales razones, la inscripción de una marca debe hacerse de forma tal que no afecte a otra y otras ya existentes o inscritas, sea por su identidad, sea por un acercamiento competitivo perjudicial; o que pueda provocar confusión o engaño en el público consumidor sobre la identidad del producto o servicio de que se trate.



Partiendo de esa dinámica, el derecho de marca trata de proteger a su titular, por la publicidad que vaya a hacer respecto de los productos que elabora, distribuye o vende, o de los servicios que presta, permitiéndoles su debida identificación, y al mismo tiempo protege a los consumidores, brindándoles alguna certeza acerca de la esperada calidad del producto o servicio que estará adquiriendo.

La Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, en su artículo 2, define el término marca como cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra. Estableciendo así, la capacidad distintiva como el requisito básico que debe cumplir el signo para ser objeto de registro, por ser considerada como aquella cualidad que permite el signo la distinción de unos productos o servicios de otros, haciendo que el consumidor los diferencie y seleccione sin que se confunda con él, o con sus características esenciales o primordiales.

En la Ley citada, **no se permite el registro de los signos que carezcan de distintividad**: a) **sea por razones intrínsecas**, porque se tratan de términos descriptivos que hacen mención a alguna de sus características, tales como calidad, cantidad, valor, destino, o cualquier otra de semejante naturaleza, o bien faltos de distintividad o engañosos, según señala, entre otros, el artículo 7 de la Ley de Marcas; y b) **sea por razones extrínsecas o por derechos de terceros**, es decir, cuando se pudiere originar un **riesgo de confusión** entre los signos contrapuestos, por las eventuales similitudes que mostraren y que pudieren provocar la falsa creencia de que los productos o servicios que protegen, tienen un mismo origen empresarial, que es a lo que se refiere en su esencia el artículo 8 de la Ley de Marcas.

Del análisis del expediente venido en alzada, y atendiendo al criterio que indica el artículo 24 incisos a) del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo N° 30233-J del 20 de Febrero del 2002, respecto a las reglas que registralmente permiten calificar las similitudes y diferencias entre las marcas, este Tribunal a folios del 4 al 7, tiene acreditado,



que en la publicidad registral existen inscritos: la marca de fábrica (diseño), bajo el registro número 169369, desde el 9 de julio del 2007, vigente hasta el 9 de julio del 2017, la cual protege y distingue “Colores, barnices, lacas, conservantes contra el herrumbre y el deterioro de la madera, materias tintóreas, mordientes, resinas naturales en estado bruto, metales en hojas y en polvo para pintores decorados, impresores y artistas, pinturas en aceite, anticorrosivos, barnices, revestimientos (pinturas) en pasta y en grano”, en clase 2 de la



Clasificación Internacional de Niza, y el nombre comercial (diseño), bajo el registro número 82135, desde el 4 de febrero de 1993, el cual protege y distingue “Un establecimiento comercial dedicado a pinturas, solventes, esmaltes, barnices, lacas, preservativos, antioxidantes, resinas naturales y otros” en clase 49 de la Clasificación Internacional de Niza, ambos signos propiedad de la empresa EDGAR, HIDALGO S.A. También se tiene acreditado a folio 1 del expediente, que la representación de la empresa ALFAGRES, S.A. solicita el 13 de marzo del 2015 la inscripción de la marca de fábrica y de



comercio para proteger y distinguir “Servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción, asfalto, pez, betún, construcciones transportables no metálicos, monumentos no metálicos, duchas metálicas, lavamanos metálicos, elementos de grifería metálicos, accesorios metálicos para baño y cocina, muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para construcción, asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, pintura para exteriores e interiores, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos antibacterial, desengrasante antibacterial, desinfectante para baños, limpiador de vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes,



shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante, todos los servicios anteriores relacionados a la remodelación y decoración”, en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

Como puede observarse, la marca solicitada gira en torno de la palabra **ALFA** de los signos inscritos **ALFA (diseño)**”, dado que el término **CENTER** (centro) junto al vocablo **ALFA** divididos por los colores negro y naranja y la expresión **LOS ESPECIALISTAS EN REMODELACIÓN**, de acuerdo al artículo 28 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, son de uso común necesarios dentro del comercio que vienen a acompañar a uno principal que en este caso es ALFA que sería el que distingue la marca, y el que le da la individualización necesaria para competir dentro de un comercio sano y transparente. Los signos enfrentados se asemejan ya que tienen en común el elemento distintivo “**ALFA**”, situación que, desde el punto de vista **gráfico o visual**, provoca que el distintivo propuesto tenga un riesgo importante de ser asociado a los signos registrados.

Desde la óptica **fonética o auditiva**, y tomando en cuenta lo señalado anteriormente, al escuchar la vocalización de las denominaciones “**ALFA**” éstas suenan igual, debido al elemento en común que tienen, que es sobre el cual recaerá la atención de los consumidores y por ende, puede generar un riesgo de confusión.

Desde el punto de vista **ideológico o conceptual**, y tomando en cuenta que el elemento preponderante es la palabra ALFA, estos transmiten o evocan de forma inequívoca un mismo concepto, dado que la palabra ALFA es el nombre de la primera letra del alfabeto griego.

Visto lo anterior, podríamos señalar que, si bien el apelante dentro de sus agravios indica la existencia de diferencias a nivel gráfico, fonético e ideológico entre la marca solicitada y los signos inscritos, basando la disimilitud propiamente en el diseño que posee el signo solicitado, ese diseño no es suficiente para individualizar las marcas. Por lo general el consumidor al observar en su conjunto el signo-mixto, centra su mirada en los elementos distintivos, en este



caso en el término ALFA no así en los figurativos los cuales al no tener primacía dentro del conjunto marcario, se convierten en elementos secundarios-débiles. Como puede apreciarse el signo solicitado gira alrededor de la palabra ALFA de los signos inscritos, que es elemento que destaca y tienen en común. De ahí que la recurrente no lleva razón al afirmar que los signos a nivel gráfico, fonético e ideológico son diferentes.

En virtud de lo anterior, es necesario señalar, que para determinar un riesgo de confusión es importante verificar que se trata de signos similares, como sucede en el caso que nos ocupa, y que los servicios, giro comercial y productos que los mismos protegen son iguales o relacionados entre sí.

Los servicios solicitados para el signo propuesto en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, y los productos de la marca **ALFA (diseño)** y el giro comercial al que se dedica el establecimiento comercial denominado **ALFA (diseño)**, existe relación entre ellos, dado que de la lista de servicios que pretende proteger la marca propuesta, según consta a folio 11 del expediente, se encuentran entre otros, los **servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización de pintura para exteriores e interiores**, y las marcas inscritas según consta a folios 4 y 6 del expediente, ampara dentro de la lista productos, **pinturas, barnices, (pinturas) en pasta y grano**, y el giro comercial del establecimiento se dedica a ofrecer entre otros, **pinturas y barnices**. De manera que los servicios que reclama el apelante y que protegería la marca solicitada así como los productos y giro comercial tienen conexión entre sí, dado que satisfacen necesidades semejantes. Por lo que al estar frente a servicios, productos y giro comercial relacionados podría causar riesgo de confusión (Art. 8, inciso a. y d. de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos), y de asociación (Art. 8, inciso b. Ley de Marcas), al consumidor porque este no puede diferenciar con certeza el origen de los servicios, productos y actividad comercial, ya que éste puede pensar perfectamente que la marca registrada tiene una nueva presentación en el comercio.



Por todo lo anterior tal como lo establece el artículo 25 y 66 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, la Administración Registral debe dar protección a las marcas y a los nombres comerciales inscritos sobre el registro ahora solicitado, máxime que ALFA tiene un significado muy fuerte dentro del tráfico mercantil, y como se indicó gira alrededor de los signos inscritos, por lo que no es dable desproteger los distintivos registrados, ya que conforme al artículo 25 y 66 de la citada ley de marcas, los titulares gozan de un derecho de exclusivo sobre sus marcas, y sobre sus nombres comerciales.

De lo expuesto considera este Tribunal que el registro de la marca solicitada **no** es factible para los “servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de pintura para exteriores e interiores”, en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza. No obstante, para el resto de servicios que pretende proteger a saber, “servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de: alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción, asfalto, pez, betún, construcciones transportables no metálicos, monumentos no metálicos, duchas metálicas, lavamanos metálicos, elementos de grifería metálicos, accesorios metálicos para baño y cocina, muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción de asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos, antibacterial, desengrasante antibacterial, desinfectantes para baños, limpiador de vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes, shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante, todos los servicios anteriores relacionados a la remodelación y decoración”, es **susceptible de registro**, pues a pesar de la semejanza entre los signos, estos servicios por su naturaleza y finalidad no tienen conexión alguna con los productos y giro comercial que amparan los signos inscritos, por lo que no causa al consumidor riesgo de confusión ni de asociación. De ahí, que la resolución final venida en alzada, debe **confirmarse**, para que se continúe con el trámite de la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y de comercio **ALFACENTER (diseño), únicamente**, para los productos anteriormente indicados.



Respecto al alegato de la empresa recurrente, en cuanto a la limitación del encabezado de la lista de servicios, y que el Registro acepta dicha limitación y elimina el engaño. En este sentido la limitación realizada no causa confusión. El punto del engaño, no está en discusión, porque el Registro de la Propiedad Industrial, tal y como lo señala el propio apelante aceptó la limitación propuesta a folio 11 vuelto del expediente, eliminándose con ello el problema intrínseco que presentaba la marca propuesta. Sin embargo, el hecho que la marca propuesta haya superado los aspectos de carácter intrínseco (engaño) no implica que la misma deba ser susceptible de registro.

El Registro de la Propiedad Industrial, tal y como se observa en la resolución recurrida aplicó el principio de especialidad respecto a los productos que ampara la marca inscrita y el giro comercial a que se dedica el establecimiento mercantil, y los servicios que pretende amparar el distintivo marcario solicitado, determinando que de la lista de servicios de la solicitada, entre otros, a saber, **“servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de pintura para exteriores e interiores”**, en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, y dentro de las lista de productos que protege la marca inscrita, sea, **pinturas, barnices, (pinturas) en pasta y grano**, y los que distingue el giro comercial del establecimiento mercantil, entre otros productos, **pinturas y barnices**, hay conexión-relación entre sí, haciendo la salvedad que se debe seguir con el trámite de inscripción para los demás servicios solicitados, ello, con fundamento en lo que dispone el párrafo segundo del artículo 18 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, y principio de especialidad establecido en el artículo 89 de la citada ley.

Respecto al principio de especialidad el tratadista Manuel Lobato, en su Comentario a la Ley 17/2001 citado líneas atrás, página 293, ha señalado:

“El principio de la especialidad determina que la compatibilidad entre signos será tanto más fácil cuanto más alejados sean los productos o servicios distinguidos por las marcas



enfrentadas. Como principio general, si los productos o servicios de las marcas comparadas son dispares, será posible la coexistencia de tales marcas”.

Con respecto a que la empresa recurrente cuenta con variedad de marcas inscritas a su favor que poseen la palabra “ALFA” según el listado que consta a folio 63. El hecho que se hayan inscrito marcas que contienen la palabra ALFA a favor del aquí apelante, no obliga a la Autoridad Registral ni a este Tribunal a aceptar la solicitud que se analiza. Considera este Tribunal que con base en el principio de territorialidad las marcas se analizan de conformidad con la legislación marcaria nacional y además, cada solicitud de marca es independiente de cualquier otro trámite que se haya presentado en el Registro, pues debe tenerse presente el principio de la independencia de las marcas; cada marca debe ser analizada respecto de su específico marco de calificación registral. Ello significa que el calificador debe examinar las formalidades intrínsecas y extrínsecas al acto pedido y al ser la solicitud independiente de todas las inscritas el registrador debe calificarla como se presenta y conforme a la ley que rige la materia marcaria.

De conformidad con las consideraciones, citas normativas, y doctrina expuestas, se declara **SIN LUGAR el Recurso de Apelación** interpuesto por la licenciado Aarón Montero Sequeira, en su condición de apoderado registral de la empresa **ALFAGRES, S.A.**, en contra de la resolución final dictada a las 10:47:41 horas del 26 de mayo del 2015, la que en este acto se **confirma**, para que se continúe con el trámite de la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y de comercio **ALFACENTER (diseño), únicamente** para los “servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de: alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción, asfalto, pez, betún, construcciones transportables no metálicos, monumentos no metálicos, duchas metálicas, lavamanos metálicos, elementos de grifería metálicos, accesorios metálicos para baño y cocina, muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción de asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos, antibacterial,



desengrasante antibacterial, desinfectantes para baños, limpiador de vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes, shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante, todos los servicios anteriores relacionados a la remodelación y decoración”, en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

QUINTO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VÍA ADMINISTRATIVA. Por no existir ulterior recurso contra esa resolución, de conformidad con el artículo 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, N° 8039 de 12 de octubre del 2002, y artículo 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 30 de marzo de 2009 publicado en el Diario Oficial La Gaceta el 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones, citas normativas y doctrina expuestas, este Tribunal declara **SIN LUGAR** el **Recurso de Apelación** interpuesto por el licenciado Aarón Montero Sequeira, en su condición de apoderado especial de la empresa **ALFAGRES, S.A.** en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 10:47:41 horas del 26 de mayo del 2015, la que en este acto se **confirma**, para que se continúe con la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y de comercio “**ALFACENTER (diseño)**”, **únicamente** para los “servicios de importación, exportación, compra, venta, comercialización, de: alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapices murales que no sean de materias textiles, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción, asfalto, pez, betún, construcciones transportables no metálicos, monumentos no metálicos, duchas metálicas, lavamanos metálicos, elementos de grifería metálicos, accesorios metálicos para baño y cocina, muebles metálicos para baño y cocina, materiales de construcción no metálicos, tubos rígidos no metálicos para la construcción de asfalto, pez y betún, construcciones transportables no metálicas, monumentos no metálicos, pegamentos, soluciones removedoras, limpiador multiusos, antibacterial, desengrasante antibacterial, desinfectantes para baños, limpiador de



vidrios, limpiador y protector de madera, protector de pisos y paredes, shampoo para alfombras y tapizados, cera autobrillante, todos los servicios anteriores relacionados a la remodelación y decoración” en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza. Se da por agotada la vía administrativa. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo.-

NOTIFÍQUESE.-

Norma Ureña Boza

Leonardo Villavicencio Cedeño

Ilse Mary Díaz Díaz

Jorge Enrique Alvarado Valverde

Guadalupe Ortiz Mora



DESCRIPTORES:

MARCA REGISTRADA O USADA POR DERECHO DE TERCEROS

TG: MARCAS INADMISIBLES POR DERE DE TERCEROS

TNR: 00.41.36

MARCA EN TRÁMITE DE INSCRIPCIÓN

TG: MARCAS INADMISIBLE POR DERECHOS DE TERCEROS

TNR: 00.41.26

MARCAS INADMISIBLES

TE: MARCAS INADMISIBLES POR DERECHOS DE TERCEROS

TNR: 00.41.53

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHOS DE TERCEROS

TG. MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33