

---

**RESOLUCION DEFINITIVA**

**EXPEDIENTE 2020-0526-TRA-PI**

**SOLICITUD DE INSCRIPCION DE LA MARCA DE COMERCIO Y SERVICIOS  
“SINGULARITY UNIVERSITY”**

**SINGULARITY EDUCATION GROUP, apelante**

**REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE ORIGEN  
2020-5976)**

**MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS**

**VOTO 0083-2021**

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.** San José, Costa Rica, a las quince horas con cuarenta y cuatro minutos del doce de febrero del dos mil veintiuno.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la señora **Montserrat Alfaro Solano**, abogada, vecina de Sabanilla de Montes de Oca, cédula de identidad: uno-mil ciento cuarenta y nueve-ciento ochenta y ocho, en calidad de apoderada especial de la compañía **SINGULARITY EDUCATION GROUP**, una sociedad debidamente organizada y válidamente existente de conformidad con las leyes de Estados Unidos de América, domiciliada en 1049 El Monte Avenue, C#16, Mountain View, Ca 94040, Estados Unidos de América, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 10:12:49 del 17 de noviembre del 2020.

**Redacta la jueza Ortiz Mora; y**

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO.** La señora **Montserrat Alfaro Solano**, en calidad de apoderada especial de la compañía **SINGULARITY EDUCATION GROUP**, presentó solicitud de inscripción de la marca de comercio y servicios “**SINGULARITY UNIVERSITY**”, para proteger y distinguir en **clase 09** de la nomenclatura internacional: *software de computadora, software descargable; software informático para análisis de datos y gestión y aprovechamiento de datos comerciales e inteligencia; software de computadora para acceder y gestionar cursos en línea de instrucción y capacitación y materiales de curso para los mismos; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonidos o imágenes; soportes de datos magnéticos, discos de grabación; discos compactos, DVDs y otros medios de grabación digital; contenido de audio, video y multimedia; grabaciones de audio y video, presentaciones, presentaciones de diapositivas, archivos multimedia, archivos de texto, juegos electrónicos, rompecabezas y documentos escritos sobre ciencia, tecnología e innovación y su impacto en la educación, los negocios, la sociedad, la medicina, la salud, las finanzas, la fabricación, la energía, el espacio, la seguridad y el medio ambiente; bases de datos electrónicas; archivos de datos electrónicos y bases de datos; publicaciones electrónicas; podcasts y webcasts en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación y su impacto en la educación, los negocios, la sociedad, la medicina, la salud, las finanzas, la fabricación, la energía, el espacio, la seguridad y el medio ambiente. En **clase 35** internacional: *manejo de negocios; administración de negocios, servicios de publicidad, mercadeo y promoción; publicidad, mercadeo y promoción de bienes y servicios de terceros al proporcionar espacios de exhibición para demostraciones en vivo o virtuales de sus bienes y servicios; brindar oportunidades de trabajo en red a otros; brindar oportunidades de creación de redes comerciales a empresas potenciales, nuevas empresas y en etapa inicial con inversores ángeles (padrino inversor) y servicios de financiamiento de capital de riesgo; servicios de incubadora y aceleradora de negocios; servicios de incubadora y aceleradora de negocios, a saber, proporcionar espacio de trabajo que contiene equipo comercial a negocios potenciales, de inicio y de etapa temprana; servicios de información y consultoría de negocios; organización de eventos en los campos de la ciencia, la tecnología e innovación**

---

*y empresas emergentes; organización de conferencias y simposios en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación y las empresas emergentes con fines comerciales; promover la colaboración dentro de las comunidades científica, tecnológica, de investigación y empresarial para lograr avances en el campo de la ciencia y la tecnología; organización y realización de competencias comerciales en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación; servicios de asociación; servicios de asociación, a saber organización de capítulos con el fin de proporcionar educación y oportunidades de establecer contactos comerciales; proporcionar una plataforma para que las partes interesadas se establezcan (se organicen), se unan y promuevan, discutan y colaboren en los campos de interés general; proporcionar una plataforma para que las partes interesadas se establezcan (se organicen), se unan y promuevan, discutan y colaboren en los campos de educación, negocios, ciencia, tecnología e innovación; servicios de asesoramiento, consultoría e información en relación con los servicios mencionados. En **clase 36** internacional: servicios financieros; servicios de financiación para empresas (compañías); servicios de financiación de capital de riesgo para empresas emergentes y nuevas empresas, servicios de asesoramiento, consultoría e información en relación con los servicios mencionados. En **clase 38** internacional: telecomunicaciones; servicios de telecomunicaciones, a saber, transferencia de datos a través de redes de telecomunicaciones; acceso a foros en línea y salas de chat para transmisión de mensajes entre usuarios de computadoras con respecto a temas en el campo de interés general; suministro de tableros de anuncios electrónicos para la transmisión de mensajes entre usuarios en el campo de interés general; servicios de asesoramiento, consultoría y servicios de información en relación con los servicios mencionados. En **clase 41** internacional: educación; suministro de formación (entrenamiento); entrenamiento; proporcionando una plataforma educativa; proporcionar una plataforma educativa para facilitar y proporcionar aprendizaje en el campo del avance tecnológico exponencial; suministro de una plataforma educativa para facilitar y proporcionar aprendizaje en el campo de la singularidad tecnológica; proporcionar una plataforma educativa para facilitar y proporcionar*

---

---

*aprendizaje en el campo de las ciencias, la tecnología y la innovación; organización y realización de conferencias y simposios educativos en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación; servicios educativos, a saber, impartir cursos a nivel de graduado, profesional y universitario; servicios educativos, a saber, proporcionar programas en vivo y en línea, cursos, talleres, videos, seminarios, foros, conferencias, webcasts, podcasts, laboratorios de demostración y exposiciones en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación y su impacto en la educación, negocios, sociedad, medicina, salud, finanzas, manufactura, energía, espacio, seguridad y medio ambiente; proporcionando programas educativos en los campos de los negocios, la ciencia, la tecnología y la innovación a empresas potenciales, reciente creación, en etapa inicial y emergentes; servicios educativos, a saber, proporcionar asistencia de formación en la preparación y exposición de presentaciones de financiación y referencias a inversores potenciales; servicios educativos para empresas potenciales, de nueva creación, en etapa inicial y emergentes, a saber, realización de programas en vivo y en línea, talleres, videos, webcasts, podcasts, conferencias, seminarios sobre financiación inicial, emprendimiento, desarrollo de productos y liderazgo empresarial; proporcionar un sitio web con blogs y publicaciones no descargables sobre ciencia, tecnología e innovación y su impacto en la educación, los negocios, la sociedad, la medicina, la salud, las finanzas la fabricación, la energía, el espacio, la seguridad y el medio ambiente; servicios de publicación; publicación de estudios de investigación en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación y su impacto en la educación, los negocios, la sociedad, la medicina, la salud, las finanzas, la fabricación, la energía, el espacio, la seguridad y el medio ambiente; suministro de un portal de Internet con noticias, artículos e información en los campos de la ciencia, la tecnología, la innovación; organizando y conduciendo concursos (competencias) educativos en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación; organización de eventos en los campos de interés general; organización de eventos en los campos de tecnología de avance exponencial, singularidad tecnológica, ciencia, tecnología e innovación; contenido de audio, video y multimedia no descargable; grabaciones de audio y video no descargables, presentaciones,*

---

---

*presentaciones de diapositivas, archivos multimedia, archivos de texto, juegos electrónicos, rompecabezas y documentos escritos sobre ciencia, tecnología e innovación y su impacto en la educación, los negocios, la sociedad, la medicina, la salud, las finanzas, la fabricación, energía, espacio, seguridad y medio ambiente; archivos y bases de datos electrónicos no descargables; publicaciones electrónicas no descargables; servicios de asesoramiento, consultoría e información en relación con los servicios mencionados. En **clase 42** internacional: servicios científicos y tecnológicos e investigación y diseño relacionados con los mismos; servicios de investigación científica y desarrollo; servicios de análisis e investigación industrial; diseño y desarrollo de hardware y software informático; servicios informáticos; brindar información científica y asesoramiento científico a empresas potenciales, de reciente creación, en etapa inicial y emergentes sobre las aplicaciones de la tecnología que avanza exponencialmente; servicios de incubadora tecnológica; servicios de incubadora tecnológica para estimular el desarrollo de tecnologías nuevas y exponenciales, que incluyen proporcionar espacio de laboratorio con acceso a herramientas digitales, dispositivos médicos digitales, kits de robótica, internet inalámbrico, plataformas de prototipos electrónicos e instalaciones de impresión 3D; servicios de consultas en el ámbito del desarrollo y comercialización de nuevas tecnologías, procesos tecnológicos y servicios tecnológicos; plataforma como servicio que ofrece software para análisis de datos y para gestionar y aprovechar datos e inteligencia de negocios; suministro de plataformas educativas en línea; suministro de plataformas educativas en línea para facilitar la creación y entrega de aprendizaje personalizado; plataforma como un servicio con software que proporciona plataformas educativas interactivas en línea para facilitar la creación y entrega de aprendizaje personalizado; suministro temporal de software no descargable; proporcionar el uso temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y administren cursos en línea de instrucción y capacitación y materiales del curso para ellos, suministro temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y administren cursos en línea de instrucción y capacitación y materiales del curso para ellos, suministro temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y vean*

---

---

*contenido de audio, video y multimedia; proporcionar el uso temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y vean grabaciones de audio y video, presentaciones, presentaciones de diapositivas, archivos multimedia, archivos de texto, juegos electrónicos, rompecabezas y documentos escritos sobre ciencia, tecnología e innovación y su impacto en la educación, negocios, sociedad, medicina, salud, finanzas, manufactura, energía, espacio, seguridad y medio ambiente; suministro temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y vean bases de datos electrónicos; suministro temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y vean archivos de datos electrónicos y bases de datos; suministro temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y vean publicaciones electrónicas; proporcionar el uso temporal de software no descargable para que los usuarios accedan y vean podcasts y webcasts en los campos de la ciencia, la tecnología y la innovación y su impacto en la educación, los negocios, la sociedad, la medicina, la salud, las finanzas, la fabricación, la energía, el espacio, la seguridad y el medio ambiente; suministro de uso temporal de software no descargable para que los usuarios carguen, publiquen, muestren y exhiban videos y audio en línea para compartir con otros; crear una comunidad en línea para que los usuarios registrados participen en debates, formen comunidades virtuales y participen en redes sociales y comerciales; servicios de asesoramiento, consultoría e información en relación con los servicios mencionados.*

Mediante resolución dictada a las 10:12:49 horas del 17 de noviembre del 2020, el Registro de la Propiedad Intelectual, denegó la inscripción del signo “**SINGULARITY UNIVERSITY**”, por considerarla inadmisibles por derechos de terceros y con fundamento en el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas y otros signos distintivos, al encontrarse inscritas las marcas de comercio y servicios: “**CINGULAR**” para proteger y distinguir **en clase 09** internacional: *teléfonos accesorios y equipo para teléfono, equipo de transmisión por telecomunicaciones, componentes, interruptores, y sistemas de redes; programas de cómputo para uso en sistemas de comunicaciones; tarjetas magnéticamente codificadas para*

*llamar que pueden ser leídas por máquinas, tarjetas de identificación de usuario, tarjetas de débito y tarjetas de crédito; localizadores electrónicos; equipo de identificación del comunicante; aparatos inalámbricos manuales de comunicación para transmitir, recibir o de otro modo ingresar a redes de comunicaciones; equipo de televisión, componentes y sistemas; cintas de video y equipo para entretenimiento. En **clase 35:** servicios de publicidad, a saber promoción de los bienes y servicios de otros; servicios de administración y consultoría; suministro de servicios de información en la forma de noticias y datos de interés general para el público, servicios de facturación, recaudación de información, de facturación y administración de bases de datos para usuarios de servicios de acuerdo de operadores que permiten usar teléfonos en otros países (“roaming”); servicios de compra en línea y servicios de catálogos, servicios de arrendamiento de equipo con opción de compra, servicios de tienda al detalle para la venta de teléfonos, aparatos inalámbricos manuales para ingresar a una red mundial de cómputo, localizadores electrónicos y accesorios y equipo relacionados con esos servicios. En **clase 36:** servicios de tarjetas para llamar; servicios de tarjetas de débito y servicios de tarjetas de crédito, servicios financieros y servicios de comercio electrónico. En **clase 38:** Servicios de telecomunicaciones; a saber la transmisión de la voz, datos, imágenes, audio, video e información vía telefónica, redes de cómputo por satélite y redes de cómputo mundiales, servicios de comunicaciones personales, servicios de localización electrónica, servicios inalámbricos de acuerdo de operadores que permiten a los usuarios utilizar sus teléfonos en otros países (“roaming”); arrendamiento de equipo de telecomunicaciones, componentes, sistemas y suministros, servicios de correo electrónico, servicios de mensajería de voz, suministro de acceso múltiple a redes mundiales de cómputo para transmitir, recibir y de otra manera ingresar y usar información de interés general para los consumidores, suministro de noticias e información vía telefónica, de satélite y por vía de redes mundiales de cómputo, servicios en línea a tableros de noticias; servicios de conferencias por video, servicios de transmisión por televisión y de transmisión restringida. En **clase 42:** servicios de diseño y operación de*

---

*páginas de la red, servicios de consultoría y diseño en el campo de la tecnología de la información, redes de telecomunicaciones y redes mundiales de cómputo.*

Inconforme con lo resuelto la señora **Montserrat Alfaro Solano**, en la condición referida, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Intelectual el 24 de noviembre del 2020, interpuso recurso de apelación, expresando como agravios lo siguiente: 1. Que la marca solicitada cuenta con una carga diferencial que le otorga aptitud distintiva. Expresa que, de la contraposición de signos se desprende la existencia de marcas notoriamente distintas y con plena capacidad de coexistir en el mercado sin riesgo de hacer incurrir al consumidor en posible confusión o de vulnerar los derechos de terceros previamente adquiridos. 2. Los signos son completamente distintos, "SINGULARITY UNIVERSITY" está formado por una combinación de términos que en conjunto resultan ingeniosos, únicos y particulares, que no revelan los productos a proteger (no es descriptiva) y que en conjunto lo convierten en un signo legítimo. 3. El signo en cuestión incorpora en su nombre parte de la denominación de la empresa titular de las marcas: SINGULARITY EDUCATION GROUP, lo cual crea un vínculo innegable entre la marca y su debido propietario, imposibilitando confusión entre los respectivos titulares. 4. La traducción al español sería "UNIVERSIDAD DE SINGULARIDAD", por su parte el signo inscrito "CINGULAR" no refiere a nada, conceptualmente no aluden a la misma idea. 5. Aun cuando ambos signos protegen productos similares, es inviable considerar que un consumidor medio atento, perspicaz e interesado en dichos productos, vaya a asumir algún tipo de vínculo empresarial a la hora de consumo, ya que en absoluto tienen relación de similitud.

**SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.** Este Tribunal enlista como hecho probado el siguiente:

**ÚNICO.** Que, en el Registro de la Propiedad Intelectual, se encuentran inscritas las marcas de fábrica y comercio:



- **“CINGULAR”**, titular: AT&T INTELLECTUAL PROPERTY II, LP., registro 127592, inscrita desde el 20 de agosto del 2001, y vigente hasta el 20 de agosto del 2021, para proteger y distinguir productos en clase 09 de la nomenclatura internacional. (folios 22 a 24 expediente principal)
- **“CINGULAR”**, titular: AT&T INTELLECTUAL PROPERTY II, LP., registro 127596, inscrita desde el 20 de agosto del 2001, y vigente hasta el 20 de agosto del 2021, para proteger y distinguir servicios en clase 38 de la nomenclatura internacional. (folios 25 a 27 expediente principal)
- **“CINGULAR”**, titular: AT&T MOBILITY II LLC., registro 126886, inscrita desde el 26 de junio del 2001, y vigente hasta el 26 de junio del 2021, para proteger y distinguir servicios en clase 42 de la nomenclatura internacional. (folios 28 a 30 expediente principal)
- **“CINGULAR”**, titular: AT&T INTELLECTUAL PROPERTY II, LP., registro 127574, inscrita desde el 20 de agosto del 2001, y vigente hasta el 20 de agosto del 2021, para proteger y distinguir servicios en clase 36 de la nomenclatura internacional. (folios 31 a 33 expediente principal)
- **“CINGULAR”**, titular: AT&T INTELLECTUAL PROPERTY II, LP., registro 127573, inscrita desde el 20 de agosto del 2001, y vigente hasta el 20 de agosto del 2021, para proteger y distinguir servicios en clase 35 de la nomenclatura internacional. (folios 34 a 36 expediente principal)

**TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** Este Tribunal no encuentra hechos que con tal carácter sean de relevancia para el dictado de la presente resolución.

**CUARTO. SOBRE LA ADMISIBILIDAD DE LA PRUEBA.** En cuanto a la prueba constante en el expediente, únicamente existe y se admite para su valoración las certificaciones de los signos inscritos indicados en el hecho probado del considerando

---

segundo de esta resolución.

Analizado el acto administrativo de primera instancia no se observan vicios en sus elementos esenciales, que causen nulidades, invalidez o indefensión que sea necesario sanear.

**QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO.** De conformidad con la Ley de marcas y otros signos distintivos y su reglamento todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo y no puede generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción; esta es la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular.

Por ello, entre menos aptitud distintiva posea un signo, mayor será la probabilidad de confusión, toda vez que la semejanza entre los signos puede inducir a los consumidores a error en cuanto a la procedencia o el origen de los productos que adquieren en el mercado. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre estos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador y en consecuencia no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

En este sentido, el artículo 8 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, determina en forma clara que ningún signo podrá ser registrado como marca, cuando ello afecte algún derecho de terceros.

**Artículo 8 Marcas inadmisibles por derechos de terceros.** Ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, en los siguientes casos, entre otros:

- a) Si el signo es idéntico o similar a una marca registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior y distingue los mismos

productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor.

- b) Si el uso del signo es susceptible de causar confusión, por ser idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios o productos o servicios diferentes, pero susceptibles de ser asociados con los distinguidos por la marca, la indicación geográfica o la denominación de origen anterior.

La finalidad es lograr que los productos o servicios que distingue la marca puedan ser fácilmente individualizados en el mercado. Con ello se evita el riesgo de confusión, es decir, la posibilidad de que el consumidor incurra en error respecto a los productos o servicios que desea adquirir, o respecto al giro empresarial.

En este sentido, para que prospere el registro de un signo distintivo, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que se presenta cuando entre dos o más signos existen similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos. Al respecto el artículo 24 del Reglamento de la ley de marcas y otros signos distintivos indica:

Artículo 24: “Reglas para calificar semejanza. Tanto para la realización del examen de fondo como para la resolución de oposiciones, se tomará en cuenta, entre otras, las siguientes reglas:

Los signos en conflicto deben examinarse en base de la impresión gráfica, fonética y/o ideológica que producen en su conjunto, como si el examinador o el juzgador estuviese en la situación del consumidor normal del producto o servicio de que se trate

[...]

e) Para que exista posibilidad de confusión, no es suficiente que los signos sean semejantes, sino además que los productos o servicios que identifican sean de la misma naturaleza o que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre ellos.

De lo anterior deriva que, aunque los signos en sí mismos tengan algún grado de similitud, si los productos o servicios que protegen son totalmente diferentes no se incluyen dentro del cotejo, porque basta que esas marcas no se confundan entre sí y que el consumidor al verlas no las relacione.

El cotejo marcario es entonces el método que debe seguirse para saber si dos signos son confundibles por las eventuales similitudes que hubiere entre ellos, por lo que para determinar las semejanzas es necesario realizar la siguiente comparación:

**MARCA SOLICITADA**  
**SINGULARITY UNIVERSITY**

**Titular:** SINGULARITY EDUCATION GROUP

En clase 09, 35, 36, 38, 41 y 42 de la nomenclatura internacional. (ver listado de productos y servicios en el considerando primero de la presente resolución)

**MARCA REGISTRADA**  
**CINGULAR**

**Titular:** AT&T INTELLECTUAL PROPERTY II, LP.

En clase 09, 35, 36, 38 de la nomenclatura internacional. (ver listado de productos y servicios en el considerando primero de la presente resolución)

**MARCA REGISTRADA**  
**CINGULAR**

**Titular:** AT&T MOBILITY II LLC.

En clase 42 de la nomenclatura internacional. (ver listado de servicios en el considerando primero de la presente resolución)

Al comparar los signos, se evidencia que a nivel gráfico se está en presencia de marcas denominativas, sin especial grafía o diseño. Sin pretender desmembrarlas, porque cada una comprende su propio conjunto marcario, se observa que, con relación al primer término de la marca propuesta, se determina que comparte con los signos inscritos las primeras ocho letras dispuestas en el mismo orden, con la diferencia que el solicitado inicia con la letra “S” y las inscritas con la letra “C”, pero la marca propuesta, contrario a las demás, contiene el término “UNIVERSITY”, con lo que, visto de manera conjunta se evidencia la inexistencia de riesgo de confusión o asociación empresarial en el consumidor.

En cuanto a la articulación de los sonidos, la única similitud existente está en el primer término, ya que las letras “S” y “C” poseen igual sonido, sin embargo, al ser el signo propuesto una marca compuesta por dos términos, al pronunciarse en conjunto le otorga distintividad con relación a las registradas. Desde el punto de vista ideológico sea de las ideas y los conceptos no existe relación alguna.

En el presente caso, es criterio de este Tribunal que los signos son diferentes y tienen la posibilidad de coexistir en el mercado sin generar confusión alguna a los consumidores que son los usuarios finales de estos signos. La marca “**SINGULARITY UNIVERSITY**”, es un

signo compuesto por dos palabras y el público consumidor las identificará e individualizará en el mercado de las inscritas. Bajo esa conceptualización, al ser signos diferentes, no es necesario realizar un cotejo de productos, ya que las marcas pueden ser reconocidas sin error alguno dentro del tráfico mercantil.

En cuanto a lo expresado por la representación de la compañía **SINGULARITY EDUCATION GROUP** en sus agravios, con respecto a que la marca solicitada cuenta con una carga diferencial que le otorga aptitud distintiva, y, que de la contraposición de signos se desprende que las marcas son distintas y con plena capacidad de coexistir en el mercado sin riesgo de hacer incurrir al consumidor en posible confusión o de vulnerar los derechos de terceros previamente adquiridos; se concluye por parte de este Tribunal, que lleva razón al respecto el recurrente, ya que las marcas son gráfica, fonética e ideológicamente distintas, pudiendo coexistir tanto a nivel registral como a nivel de mercado.

**SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO.** Por las razones y citas legales expuestas, este Tribunal admite el recurso de apelación planteado por la señora **Montserrat Alfaro Solano** en representación de la compañía **SINGULARITY EDUCATION GROUP**, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 10:12:49 horas del 17 de noviembre del 2020, la cual se revoca y se ordena en su lugar la continuación del trámite correspondiente si otro motivo ajeno al examinado en esta instancia no lo impidiere.

### **POR TANTO**

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **con lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada **Montserrat Alfaro Solano**, en su condición de representante de la compañía **SINGULARITY EDUCATION GROUP**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 10:12:49 horas del 17 de

---

noviembre del 2020, la que en este acto se **revoca** y se ordena en su lugar la continuación del trámite correspondiente, si otro motivo ajeno al examinado en esta instancia no lo impidiera. Sobre lo resuelto en este caso, se da por agotada la vía administrativa de conformidad con los artículos 25 de la Ley 8039, de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual y el artículo 29 del Reglamento Operativo de este Tribunal, Decreto Ejecutivo 35456-J. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejará en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFIQUESE.**

**Karen Quesada Bermúdez**

**Oscar Rodríguez Sánchez**

**Leonardo Villavicencio Cedeño**

**Priscilla Loretto Soto Arias**

**Guadalupe Ortiz Mora**

gmq/KQB/ORS/LVC/PLSA/GOM

## **DESCRIPTORES.**

### MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLE POR DERECHOS DE TERCEROS

TNR: 00.41.36

### MARCAS EN TRÁMITE DE INSCRIPCIÓN

T.E: MARCAS EN TRÁMITE DE INSCRIPCIÓN

TG: MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS

TNR: 00.41.26