

RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente No. 2017-0542-TRA-PI

Solicitud de inscripción de marca denominativa “CATRICE”

BORA CREATIONS S.L., apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen No. 2016-12333)

Marcas y otros Signos Distintivos

VOTO No. 0133-2018

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las once horas cuarenta y cinco minutos del veintiuno de febrero de dos mil dieciocho.

Recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Ricardo Alberto Rodríguez Valderrama**, mayor, soltero, abogado, vecino de San José, titular de la cédula de identidad 1-1378-0918, en su condición de apoderado especial de la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, sociedad organizada y existente de conformidad con las leyes del reino de España, domiciliada en Calle Rey Sancho, 7, Local 3, 07180 Santa Ponsa, Mallorca, España, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:41:24 horas del 30 de agosto de 2017.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 16 de diciembre del 2016, el licenciado **Ricardo Alberto Rodríguez Valderrama**, en su condición de gestor oficioso del señor **Tomás Quirós Jiménez**, solicitó la inscripción de la marca denominativa “**CATRICE**”, en **clase 3** de la clasificación internacional, para proteger y distinguir: “*Cosméticos, perfumería; colores cosméticos; productos para el cuidado de la piel, el cuerpo y uñas; productos*

para peluquería, teñido del cabello y cuidado del cabello; perfumes; aguas de tocador; agua de perfume; agua de colonia”.

SEGUNDO. Que el Registro de la Propiedad Industrial mediante auto de prevención de las 10:48:08 horas del 13 de enero de 2017, le previene al apoderado especial de la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, las objeciones de forma y fondo contenidas en su solicitud, a efecto de que proceda a subsanarlas dentro de los plazos establecidos por ley. Y mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial, en fecha 10 de febrero del 2017, el solicitante subsana lo solicitado en las objeciones de fondo y cumpliéndose el plazo otorgado en cuanto a las objeciones de fondo, este no se refiere.

TERCERO. Que mediante documento presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial, el 31 de mayo de 2017 por el licenciado **Rafael Arturo Quirós Bustamante**, apoderado especial de la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, solicitó la limitación de los productos a proteger y distinguir para que en adelante se lea: *“Cosméticos; perfumería; colores cosméticos; productos para el cuidado de la piel, el cuerpo y uñas; perfumes; aguas de tocador; agua de perfume; agua de colonia”*, y aporta el pago del cánon correspondiente (ver folio 12 del expediente principal).

CUARTO. Que mediante resolución dictada a las 09:41:24 horas del 30 de agosto 2017, el Registro de Propiedad Industrial dispuso, en lo conducente, lo siguiente: *“... **POR TANTO** Con base en las razones expuestas ... **SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada ...”***.

QUINTO. Que inconforme con lo resuelto, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 03 de octubre de 2017, el licenciado **Ricardo Alberto Rodríguez Valderrama**, en representación de la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, apeló la resolución referida y expresó agravios.

SEXTO. Que a la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde y no se

observan causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados, o que pudieren provocar la invalidez, la nulidad o ineficacia de lo actuado, dictándose esta resolución, previas las deliberaciones de ley.

Redacta la juez Ortiz Mora, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como único hecho con tal carácter, relevante para lo que debe ser resuelto, el siguiente:

Que en el Registro de la Propiedad Industrial, se encuentra inscrita la marca de fábrica y comercio: “**CAPRICE**”, registro número **34892**, en clase **03** de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger: “**Jabones de tocador**”, propiedad de **COLGATE-PALMOLIVE COMPANY**. (ver folio 5 al 6 del expediente principal)

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos de tal carácter para el dictado de la presente resolución.

TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. El Registro de la Propiedad Industrial rechazó el signo solicitado “**CATRICE**”, dado que corresponde a una marca inadmisibles por derechos de terceros, así se desprende de su análisis y cotejo con la marca inscrita “**CAPRICE**”, registro número **34892** propiedad de la empresa **COLGATE-PALMOLIVE COMPANY**. Lo anterior, en virtud de que ambas marcas protegen productos relacionados y vinculados a la clase 03 internacional, y en razón de ello se comprueba que hay similitud, lo cual podría causar confusión en los consumidores al no existir la distintividad necesaria que permita identificarlas e individualizarlas en el mercado. Por lo que, siendo inminente el riesgo de confusión y asociación

para el consumidor al coexistir ambas marcas en el mercado, se estaría socavando no solo el esfuerzo de los empresarios por distinguir sus productos a través de los signos marcarios, sino que además el derecho de elección para los consumidores de poder identificarlos de manera efectiva en el mercado, con lo cual se trasgrede el artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.

Por su parte, el representante de la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, en su escrito de agravios indica que: **1.-** Que su representada desde la presentación de la solicitud de la marca solicitada, inició negociaciones a nivel mundial con la compañía Colgate-Palmolive Company, con el fin de alcanzar acuerdos de coexistencia para el registro de la marca “**CATRICE**”, en apego a las leyes internacionales en materia de marcas. **2.-** No lleva razón el calificador en denegar el registro de la marca solicitada “**CATRICE**” por derechos de terceros, según lo establecido en el artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas ya que la sociedad Colgate-Palmolive Company, ha consentido expresamente junto con mi representada, la inscripción del signo “**CATRICE**”. **3.-** No existe riesgo de confusión por cuanto los productos de la empresa **COLGATE-PALMOLIVE COMPANY** son para el cuidado del cabello, entiéndase shampo, acondicionador y otros productos que son utilizados presumiblemente por el consumidor en la ducha, siendo estos productos de uso diario que se utilizan para el cabello o limpieza corporal de distintos tipos, siendo que estos productos deben encontrarse dentro de la clase 5 y no en la clase 3, por el contrario la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, pretende proteger productos cosméticos, como por ejemplo cremas cosméticas, preparaciones cosméticas, toallitas, astringentes, grasas para uso cosmético, cosméticos para cejas, cosméticos para pestañas, polvos, brochas, pinceles y otros, por tal razón no existe riesgo de confusión ya que los canales de distribución son distintos. **4.-** Según lo establecido en el artículo 1º de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, mi representada pretende contribuir al beneficio recíproco de los productos y usuarios de los conocimientos tecnológicos, de modo que favorezcan el bienestar socioeconómico y el equilibrio entre los derechos y obligaciones.

CUARTO. SOBRE EL FONDO. La normativa marcaria es clara en que se debe negar la registración de un signo cuando atente contra algún derecho de terceros, y que pueda generar en los consumidores un riesgo de confusión que la ley busca evitar. Así se desprende del artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, donde declara la inadmisibilidad por derechos de terceros en los siguientes casos:

“...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.”

Ahora bien, para que prospere el registro de una marca, debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto. Este problema se produce cuando entre dos o más signos se presentan similitudes de carácter visual, auditivo o ideológico, que hacen surgir un riesgo de confusión o riesgo de asociación en perjuicio de los titulares de los signos inscritos y del mismo consumidor. Por su parte éste último tiene el derecho de lograr identificar plenamente el origen empresarial de los productos y servicios que recibe por medio de las distintas empresas comerciales, y poder así determinar que esos sean de cierta calidad o no, según de donde provengan. Asimismo, los empresarios con el mismo giro comercial, tienen el derecho de que sus productos sean reconocidos a través de signos marcarios.

A fin de determinar si existe conflicto entre dos signos distintivos, el artículo 24 del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo N° 30233-J, ordena el cotejo de los mismos. En este sentido el mencionado artículo señala:

*“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:*

- a) 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.*
- b) En caso de marcas que tienen radicales genéricos o de uso común, el examen comparativo debe hacerse con énfasis en los elementos no genéricos o distintivos;*
- c) Debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos;*
- d) Los signos deben examinarse en el modo y la forma en que normalmente se venden los productos, se prestan los servicios o se presentan al consumidor, tomando en cuenta canales de distribución, puestos de venta y tipo de consumidor a que van destinados;*
- 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;*
- f) No es necesario que haya ocurrido confusión o error en el consumidor, sino es suficiente la posibilidad de que dicha confusión o error se produzca, teniendo en cuenta las características, cultura e idiosincrasia del consumidor normal de los productos o servicios; o*
- g) Si una de las marcas en conflicto es notoria, la otra debe ser clara y fácilmente diferenciable de aquella, para evitar toda posibilidad de aprovechamiento indebido del prestigio o fama de la misma.”*

El cotejo visto de esta forma resulta necesario para poder valorar esas semejanzas gráficas, fonéticas e ideológicas o bien determinar las diferencias existentes entre el signo solicitado y los signos registrados. Esta comparación puede generar que efectivamente se provoque en relación con los signos inscritos, un riesgo de confusión frente al consumidor, situación que lleva a objetar el registro de un signo con el fin de tutelar los derechos adquiridos por terceros.

En relación a ello el Tribunal Registral Administrativo ha dictaminado que “... el *cotejo marcarío* es el método que debe seguirse para saber si dos marcas son confundibles ... Con el *cotejo gráfico* se verifican las similitudes que pueden provocar una confusión visual. Con el *cotejo fonético* se verifican tanto las similitudes auditivas como la pronunciación de las palabras...” así tenemos que: la *confusión visual* es causada por la identidad o similitud de los signos derivada de su simple observación, es decir, por la manera en que se percibe la marca; la *confusión auditiva* se da cuando la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta o no; ...” [Tribunal Registral Administrativo, resolución de las 11 horas del 27 de junio del 2005, voto

135-2005].

Ello sin dejar atrás la *confusión ideológica* que se deriva del mismo o parecido contenido conceptual de los signos, o mejor aún, cuando las palabras comprendidas en los signos contrapuestos significan conceptualmente lo mismo; esta confusión surge cuando la representación o evocación a una misma o semejante cosa, característica o idea, en los tales signos, puede impedir, o impide al consumidor distinguir a uno de otro.

En el caso que nos ocupa, la marca inscrita y la marca propuesta, son las siguientes:

MARCA SOLICITADA “CATRICE”	MARCA INSCRITA “CAPRICE”
TITULAR BORA CREATIONS S.L.	TITULAR COLGATE-PALMOLIVE COMPANY
REGISTRO NÚMERO ----	REGISTRO NÚMERO 34892
PARA PROTEGER Y DISTINGUIR EN LA CLASE 3 <i>“Cosméticos; perfumería; colores cosméticos; productos para el cuidado de la piel, el cuerpo y uñas; perfumes; aguas de tocador; agua de perfume; agua de colonia”</i>	PARA PROTEGER Y DISTINGUIR EN LA CLASE 3 <i>“Jabones de tocador”</i>

Del cotejo correspondiente, entre la marca solicitada **“CATRICE”** y la marca de fábrica y comercio inscrita **“CAPRICE”** son signos denominativos que gráfica y fonéticamente coinciden fuertemente, estos términos son de grafía sencilla, formados por un solo color que pueden causar confusión visual al consumidor medio, quien por la naturaleza de los productos podrá enfrentarse a ellos en los mismos puntos de venta, generando la idea en el consumidor que son las misma

marca, además utilizan los mismos canales de distribución.

C A T R I C E

C A P R I C E

Ambos signos se componen de siete letras, coincidiendo en su distribución, con la única diferencia que en la tercera letra el signo solicitado se compone de la “T” y la marca inscrita por una “P” que no le genera diferenciación auditiva alguna que permita distinguirlos, ya que, al momento de vocalizar estos términos, surge una sólida coincidencia en su pronunciación y sonoridad, lo que hace que pareciera derivarse una de otra, lo cual podría causar confusión y riesgo de asociación empresarial.

Desde el punto de vista ideológico, los signos “CATRICE” y “CAPRICE” su conformación es casi idéntica, de igual forma la similitud que deviene de la clase 3 en ambos signos, trae como consecuencia que los productos se relacionan con el cuidado personal, ello posibilita la confusión ideológica, constituyendo un elemento más para que el consumidor confunda los productos al creer que pertenecen a la misma marca, siendo esto lo que pretende evitar la seguridad jurídica en la normativa.

El tratadista Pedro Breuer en su obra “Tratado de Marcas de Fábrica y de Comercio” aplicada a la jurisprudencia internacional ha expresado:

“La similitud general entre dos marcas no depende de los elementos distintos que aparezcan en ellas, sino de los elementos semejantes o de los semejantes dispositivos de esos elementos.” (Proceso Interno No. 5898- IP-2001, Quito, 2 de

marzo de 2001). - BREUER MORENO, Tratado de Marcas de Fábrica y de Comercio, Editorial Robis, Buenos Aires, pág. 351 y ss.

En el presente asunto, las semejanzas entre los signos son mayores que las diferencias, mismas que pasan casi desapercibidas, y por ende no es factible la coexistencia de los signos contrapuestos. Al advertirse la existencia de similitud gráfica, fonética e ideológica entre los signos en disputa, siendo que los productos son similares y relacionados imposibilita otorgar el derecho de inscripción de la marca “CATRICE” ya que puede llevar al consumidor a asociar el origen del producto, las marcas y los productos, afectando de forma directa a los titulares de esas marcas inscritas y siendo obligación por ley la de tutelar los derechos marcarios.

Así las cosas, cabe advertir que los extremos indicados por la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, en cuanto al acuerdo de coexistencia, ya este Tribunal, en reiteradas resoluciones, dentro de ellas en el **Voto 0681-2017** de las catorce horas cuarenta y cinco minutos del siete de diciembre de 2017 ha afirmado lo siguiente:

“...Esta es una figura no regulada en nuestro ordenamiento jurídico marcario, el cual más bien se decanta por no permitir el registro de un signo confundible con uno anterior. El tema del registro de los signos distintivos no solamente tiene que ver con la capacidad intrínseca o con los derechos previos de terceros, sino que la ecuación se completa con el deber que tiene la Administración Registral de prever una posible afectación al derecho que tiene el consumidor a recibir información adecuada y veraz, de acuerdo a lo estipulado por los artículos 46 de la Constitución Política y 1 de la Ley de Marcas. Si bien en el mercado pueden coexistir marcas confundibles sobre las cuales sus titulares no ejerzan su derecho de exclusión por haberlo así acordado o por cualquier otra situación, dicha coexistencia no puede verse reflejada en el Registro de la Propiedad Industrial, a dónde tan solo se registrarán los signos que, no solo tengan capacidad intrínseca y extrínseca para convertirse en marcas registradas, sino que además no se presten para que el

consumidor pueda confundirse y ver así afectada su capacidad volitiva para escoger el producto o servicio que desea y/o necesita.

El Código Civil indica en su artículo 26, relacionado a la ejecución en Costa Rica de contratos celebrados en el extranjero:

La prescripción y todo lo que concierna al modo de cumplir o extinguir las obligaciones que resulten de cualquier acto jurídico o contrato que haya de ejecutarse en Costa Rica, se regirá por las leyes costarricenses, aunque los otorgantes sean extranjeros, y aunque el acto o contrato no se haya ejecutado o celebrado en la República.

(subrayado nuestro)

En este orden de ideas, tenemos que el artículo 627 de ese mismo cuerpo legal indica cuales son los requisitos que debe cumplir cualquier obligación para ser válida en Costa Rica:

Para la validez de la obligación es esencialmente indispensable:

- 1.- Capacidad de parte de quien se obliga.*
- 2.- Objeto o cosa cierta y posible que sirva de materia a la obligación.*
- 3.- Causa justa.*

(subrayado nuestro)

Y posteriormente deslinda los tipos de imposibilidad en el objeto que hacen a un contrato ineficaz en Costa Rica, artículo 631:

También es ineficaz la obligación que tenga por objeto una cosa o acto que fuere física o legalmente imposible. La imposibilidad física debe ser absoluta y permanente, y no temporal ni relativa, con respecto a la persona que se obliga.

La imposibilidad legal existe:

1.- Respecto a las cosas que estén fuera del comercio por disposición de la ley.

2.- Respecto a los actos ilícitos como contrarios a la ley, a la moral o las buenas costumbres.

(subrayado nuestro).

La posibilidad o no de registrar una marca es un asunto que se encuentra fuera del comercio por disposición de ley, no es un asunto en el cual las partes interesadas puedan ponerse de acuerdo y aplicar éste a la actividad de la Administración, ya que la Ley de Marcas exige del Órgano Público la protección al consumidor y sus intereses, y definitivamente éste no participa en lo que dos o más compañías puedan decidir en aras de proteger sus intereses comerciales. El contrato que consta a partir del folio 5 del expediente principal podrá tener validez en otros países cuyos sistemas jurídicos acepten el tipo de obligación allí contenido, pero en Costa Rica su objeto resulta contrario a la Ley, lo cual hace que resulte ineficaz, amén de que la renuncia de derechos que hace la empresa Covi Group Limited respecto de sus marcas inscritas en Costa Rica cae en el supuesto establecido por el artículo 18 del Código Civil:

La exclusión voluntaria de la ley aplicable y la renuncia a los derechos en ella reconocidos, sólo serán válidas cuando no contraríen el interés o el orden público ni perjudiquen a terceros.

(subrayado nuestro).

En su jurisprudencia este Tribunal ha venido reiterando la idea de que las denominadas cartas de consentimiento o acuerdos de coexistencia no tienen asidero legal en el sistema marcario costarricense, y los asuntos que entre empresas se susciten por el tema de uso de signos distintivos debe ser consensuado entre las partes a través de la mecánica de las

licencias u otras formas contractuales atinentes, sin que ellas tengan la virtud de influir positiva o negativamente sobre el registro de un signo, ya que el acto de registro es indisponible entre partes y es más bien un acto de imperio que ejerce la Administración de acuerdo al marco legal que lo rige.

Considera la apelante que el acuerdo de marras impide que el consumidor se vea confundido. Ahora bien, ¿podrá ese acto jurídico resolver ese riesgo de confusión en el consumidor? En primer lugar debemos definir quién es el consumidor. Es aquella persona o personas, sean éstas físicas o jurídicas, que adquieren bienes, productos y/o servicios, los cuales identifican a través de las marcas que los distinguen.

El régimen marcario constituye un mecanismo jurídico dirigido a aumentar la información disponible para el consumidor respecto de los distintos productos y servicios ofrecidos, así como a incentivar los esfuerzos destinados a mejorar la calidad de tales productos, bienes o servicios. Existen varias facetas específicas dirigidas a la protección del consumidor y que la Administración Registral debe velar por ellas. El hecho que dos empresas que están dentro del comercio hayan resuelto su problema y que la titular de las marcas inscritas considere que la marca pretendida no le causa daño alguno, no obstante que ambas protegen productos y servicios idénticos y relacionados, pudiendo ambas coexistir en el mercado, y consentir que así sea por medio de un acuerdo de coexistencia, no significa que el problema con el consumidor medio, el consumidor común, esté resuelto, porque precisamente esa identidad y relación de productos y servicios, bajo marcas similares, casi idénticas, provoca indudablemente ese riesgo de confusión que trata de proteger con la prohibición contenida en el numeral 8 incisos a) y b) de nuestra Ley de Marcas, y que se basan en las funciones que debe tener todo signo marcario, como son: a) la función de indicación del origen empresarial, b) la función de garantía de estándar de calidad y c) la función publicitaria diáfana transparente, sin posibilidad de existencia de otro signo distintivo igual o similar al inscrito.

Si bien el titular de las marcas inscritas renunció a su derecho de exclusiva, por lo menos a nivel registral, no significa que la Administración Registral con un acuerdo de coexistencia que ni siquiera está regulado normativamente, deba desproteger al consumidor, que es la persona que va a consumir los productos y servicios de esas empresas, y tampoco significa que se deba desconocer toda la normativa dirigida a esa protección y permitir que dos marcas similares estén registradas, ya que esta situación, por disposición legal, escapa del operador jurídico.

Sobre este tópico concluimos indicando que, en todo caso, la autorización para que una empresa distinta a la titular pueda usar un signo distintivo se regula a través del tema de las licencias, artículo 35 de la Ley de Marcas, y sus correspondientes requisitos legales, pero nunca a través de una simple autorización que deja en desprotección al consumidor...” (Voto 0681-2017 de las 14:45 horas del 20 de diciembre de 2017)

En cuanto al agravio indicado por la apelante, en el sentido de que no existe riesgo de confusión; este Tribunal considera que los signos “CATRICE” y “CAPRICE” gráfica, fonética e ideológicamente son idénticos, provocando en el consumidor un riesgo u error de confusión entre las marcas, esto debido a la similitud entre ellas y la relación de los productos que protegen, ya que los indicados en el listado de la solicitada están inmersos no solo en los protegidos por la inscrita, sino que también pertenecen a la misma clase 3 internacional. De ahí que el consumidor al momento de adquirir los productos no los distingue en cuanto a la marca, ya que ambas se confunden entre sí y no tienen identidad propia, aun y cuando la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, haya limitado sus productos a: *“Cosméticos; perfumería; colores cosméticos; productos para el cuidado de la piel, el cuerpo y uñas; perfumes; aguas de tocador; agua de perfume; agua de colonia”*, ya que no se elimina ese posible riesgo de confusión en el consumidor.

Lo anterior, en concordancia con la protección legal establecida en el artículo 1 de la Ley de

Marcas y otros Signos Distintivos, que dice: “*La presente ley tiene por objeto proteger, efectivamente, los derechos e intereses de los titulares de marcas y otros signos distintivos, ...*”, en este sentido, compete a la instancia administrativa proteger a la marca ya registrada, en virtud del derecho que ostenta el titular como poseedor registral de la misma y los intereses legítimos que de ello trascienda, sea este por la propia actividad ejercida en el mercado (comercio), como los devenidos en el ejercicio de esa actividad (derechos del consumidor). Por medio del cual se garantiza a los consumidores sobre los productos y servicios que adquiere en el mercado, sin que exista riesgo de confusión con relación a otros.

Por las razones antes indicadas, este Tribunal concluye que por existir la posibilidad de que surja un riesgo de confusión entre las marcas cotejadas y de permitirse la inscripción de la marca solicitada “**CATRICE**” se quebrantaría con ello lo estipulado en el artículo 8 incisos a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, por lo que lo pertinente, es rechazar los agravios formulados por la recurrente por resultar improcedentes y declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Ricardo Alberto Rodríguez Valderrama**, apoderado especial de la compañía **BORA CREATIONS S.L.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:41:24 horas del 30 de agosto de 2017, la cual en este acto se confirma, denegándose la solicitud de inscripción del signo solicitado.

QUINTO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VÍA ADMINISTRATIVA Por no existir ulterior recurso contra esta resolución, de conformidad con los artículos 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, No. 8039, del 12 de octubre de 2000 y 29 del Reglamento Operativo de este Tribunal, Decreto Ejecutivo No. 35456-J del 30 de marzo de 2009, publicado en La Gaceta No. 169 del 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, se declara *sin lugar* el recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Ricardo Alberto Rodríguez Valderrama**, apoderado especial de la

compañía **BORA CREATIONS S.L.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:41:24 horas del 30 de agosto de 2017, la cual se confirma para que se proceda a denegar la solicitud de inscripción de la marca “**CATRICE**” en **clase 3** internacional. 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

Kattia Mora Cordero

Rocío Cervantes Barrantes

Jorge Enrique Alvarado Valverde

Guadalupe Ortiz Mora

EXAMEN DE LA MARCA

TE: EXAMEN DE FONDO DE LA MARCA
EXAMEN DE FORMA DE LA MARCA
TG: SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA
TNR: 00.42.28