

---

**RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**EXPEDIENTE 2019-0453-TRA-PI**

**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA DE FÁBRICA: “AVON FORTUNA”**

**AVON PRODUCTS, INC, apelante**

**REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (EXPEDIENTE DE ORIGEN 2019-3034)**

**MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS**

**VOTO 0173-2020**

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.** San José, Costa Rica, a las once horas con dos minutos del cinco de mayo de dos mil veinte.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada Roxana Cordero Pereira, mayor de edad, abogada, vecina de Santa Ana, San José, cédula de identidad 111610034, en su condición de apoderada especial de **AVON PRODUCTS, INC**, sociedad constituida y existente bajo las leyes de Estados Unidos de América, con domicilio en One Avon Place, Suffern, New York 10901, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:29:09 horas del 2 de julio de 2019.

**Redacta la jueza Quesada Bermúdez**


**CONSIDERANDO**

**PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO.** La abogada Roxana Cordero Pereira, en condición de apoderada especial de **AVON PRODUCTS, INC**, solicitó la inscripción de la marca de fábrica, “**AVON FORTUNA**”, en clase 03 de la nomenclatura internacional, para

proteger y distinguir: cosméticos, perfumes, artículos de tocador no medicinales, aceites esenciales, preparaciones cosméticas para el cuidado personal, para el cuidado de la piel, para el cuidado de los ojos, para los labios, para el cabello, para los pies y para las uñas.

En virtud de la solicitud presentada, el Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución de las 10:47:24 horas del 10 de abril de 2019, señala que en la publicidad registral se encuentran inscritas a nombre de **COLGATE PALMOLIVE COMPANY**, el registro **50457**, correspondiente a la marca de fábrica “**FORTUNA**”, en clase 3 de la nomenclatura internacional, la cual protege: jabón de tocador, jabón perfumado, jabón medicinal, jabón de aceite y todo otro tipo o clase de jabón destinado al uso personal de los seres humanos, y el



**81972**, relativo a la marca de fábrica , en clase 3 de la nomenclatura internacional, que protege: jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones perfumados, cremas para la cara, cuerpo y manos, jabones medicados, jabones de aceite y todo tipo de jabones, jabones en polvo, en pasta y en barra, detergentes y materiales raspantes para limpiar y pulimentar, detergentes líquidos, preparaciones desengrasantes y para blanquear, lociones, extractos, polvos, maquillaje, coloretes, talcos, lápices labiales, brillantinas, aceites de baño, gels, champús y acondicionadores para el cabello y fijadores para el cabello.


Indica, además, que existe la posibilidad de que se cause riesgo de confusión al público consumidor, al ser los signos gráfica y fonéticamente muy similares en tanto comparten la palabra FORTUNA, siendo signos muy similares a la vista y al oído del consumidor e incluso confundibles; además, la palabra AVON no le otorga distintividad suficiente para otorgarle protección, debido a que ambas buscan proteger los mismos productos y productos relacionados en clase 3, cuentan con los mismos canales de distribución, puestos de venta y van destinados al mismo tipo de consumidor, por lo que la marca solicitada no es susceptible

de inscripción de conformidad con el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Como consecuencia de lo anterior, la representación de la empresa solicitante, mediante escrito presentado al Registro de la Propiedad Industrial el 7 de junio de 2019, procede a modificar la lista de productos, **excluyendo expresamente** lo siguiente: jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones perfumados, jabones médicos, jabones de aceite y todo tipo de jabón, jabón en polvo, pasta y barra, detergentes y materiales ásperos para limpiar y pulir, detergentes líquidos, preparados desengrasantes y para el blanqueo. Señala que, con la limitación a la lista de productos, queda claro que las marcas protegen productos distintos, por lo que aplica el principio de especialidad.

El Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución final dictada a las 09:29:09 horas del 2 de julio de 2019, determinó que, con la limitación de la lista de productos, no existe riesgo de confusión con la marca FORTUNA registro 50457, por lo que es posible aplicar el principio de especialidad; sin embargo, mantiene la objeción respecto a la marca FORTUNA registro 81972 para clase 3 internacional. El Registro rechaza la inscripción de la marca solicitada porque es una marca inadmisibles por derechos de terceros, y así se desprende de



su análisis y cotejo con la marca inscrita , en clase 3 de la nomenclatura internacional, dado que la marca solicitada “AVON FORTUNA”, contiene en su parte denominativa la marca inscrita **FORTUNA**, considerando que existe similitud gráfica, fonética e ideológica entre estas, y además porque los productos de esta marca coinciden y se relacionan con los productos del signo inscrito, a saber: lociones, extractos, polvos de maquillaje, coloretes, talcos, lápices labiales, brillantinas, aceites de baño, gels, champús y acondicionadores para el cabello y fijadores para el cabello, por lo que los signos no pueden coexistir en el mercado, lo cual podría generar un inminente riesgo de confusión y asociación

empresarial, y el hacerlo atenta contra los derechos ya inscritos de un titular. En consecuencia, transgrede el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

La abogada Roxana Cordero Rivera, en representación de la empresa **AVON PRODUCTS, INC**, e inconforme con lo resuelto por el Registro de la Propiedad Industrial, apeló, y dentro de sus agravios argumenta, que en la contestación de fondo delimitó la lista de productos **excluyendo expresamente** jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones perfumados, jabones médicos, jabones de aceite y todo tipo de jabón, jabón en polvo, pasta y barra, detergentes y materiales ásperos para limpiar y pulir, detergentes líquidos, preparados desengrasantes y para el blanqueo, y que con esta limitación se excluyen los productos que podrían causar confusión con las marcas registradas, por lo que insiste en que las marcas protegen productos distintos, y se debe aplicar el principio de especialidad.


Aduce, que el análisis del examinador es erróneo porque no ve la marca la marca desde una perspectiva de conjunto, tomando en cuenta que la palabra **AVON** es el elemento esencial, es la palabra que caracteriza a la marca en cuestión al ser la empresa de gran trayectoria y posicionamiento en el territorio costarricense. Agrega que:

el fraccionamiento marcario deviene de juicios de valor inválidos, dado que la distintividad proviene de la sinergia de todos los elementos que componen una marca y no de sus elementos por separado, por lo que determinar que la parte denominativa de la marca es lo que queda en la mente del consumidor, resulta una apreciación errónea y meramente subjetiva del calificador.

Considera que el registrador ha realizado un cotejo marcario subjetivo, debido a que la marca solicitado es completamente distintiva y diferente a la inscrita desde los puntos de vista gráfico, fonético e ideológico.

**SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.** Este Tribunal enlista como hecho con tal carácter, relevante para lo que debe ser resuelto, que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita, a nombre de **COLGATE PALMOLIVE**



**COMPANY**, la marca de fábrica , registro **81972**, en clase 3 de la nomenclatura internacional, desde el 19 de enero de 1993, vigente hasta el 19 de enero de 2023, y protege: jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones bactericidas, jabones perfumados, cremas para la cara, cuerpo y manos, jabones medicados, jabones de aceite y todo tipo de jabones, jabones en polvo, en pasta y en barra, detergentes y materiales raspantes para limpiar y pulimentar, detergentes líquidos, preparaciones desengrasantes y para blanquear, lociones, extractos, polvos, maquillajes, coloretes, talcos, lápices labiales, brillantinas, aceites de baño, gels, champús, y acondicionadores para el cabello, fijadores para cabello (folios 6 y 7 del expediente principal).

**TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** Este Tribunal no advierte hechos, útiles para la resolución de este asunto, que tengan el carácter de no probados.

**CUARTO.** 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.** De conformidad con la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos 7978 de 06 de enero de 2000 y su Reglamento, Decreto Ejecutivo 30233-J de 20 de febrero de 2002, publicado en el Diario Oficial La Gaceta en fecha 4 de abril de 2002, todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo, por lo que no debe generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de

inscripción, y esta es precisamente la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular. Entre menos aptitud distintiva se posea, 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 o servicios que adquiere. 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, para que prospere el registro de un distintivo marcario, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto entre ellos, el cual se presenta cuando entre dos o más signos existen similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hacen surgir un riesgo de confusión sea, de carácter visual, auditivo o ideológico.

Al respecto, la confusión visual es causada por la identidad o similitud de los signos, sean estos, palabras, frases, dibujos, etiquetas o cualquier otro y esto por su simple observación; es decir, por la manera en que el consumidor percibe el signo. La confusión auditiva se da, cuando la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta o no, y la confusión ideológica es la 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 signos, puede impedir, o impide al consumidor distinguir a uno de otro.

Para determinar lo anterior se debe efectuar un cotejo marcario, que el operador jurídico debe realizar colocándose en el lugar del consumidor, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado en tales signos. Luego, debe atenerse a la impresión de conjunto que estos despierten, sin desmembrarlos, analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de

ellos en el futuro), y tener en consideración las semejanzas y no las diferencias entre los signos en conflicto.

De ello se deduce, que el cotejo marcario es el método que debe seguirse para saber si dos signos son confundibles por las eventuales similitudes que hubiere entre ellos. Desde esta perspectiva cabe resumir, entonces, que el cotejo marcario se integra por el derecho del titular de un signo a la individualización de su producto, servicio o establecimiento, y por el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

En consecuencia, la normativa marcaria y concretamente el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas, son muy claros al negar la admisibilidad de una marca, cuando esta sea susceptible de causar riesgo de confusión o riesgo de asociación, respectivamente. Ahora bien, ¿a quién se le causa esa confusión? el artículo antes citado en su inciso a) es transparente e indica: al público consumidor; es decir, a otros comerciantes con un mismo giro comercial y a ese consumidor, cuyo derecho es identificar plenamente el origen empresarial de los productos que recibe por medio de las distintas empresas comerciales, porque de esta forma puede determinar incluso, que esos productos sean de calidad o no según de donde provengan.

Así las cosas y en atención al caso bajo examen, si observamos el signo marcario “**AVON FORTUNA**”, propuesto por la empresa **AVON PRODUCTS, INC**, en relación con el



registro inscrito propiedad de la empresa **COLGATE PALMOLIVE COMPANY**, desde el punto de vista gráfico, los signos comparten el término **FORTUNA**, por lo que la marca solicitada contiene dentro de su denominación una marca registrada por un tercero, lo que podría causar confusión en el público consumidor, por la similitud gráfica en ambos signos, respecto del componente **FORTUNA**; aún y cuando la marca solicitada se



acompaña de la palabra **AVON**, el elemento **FORTUNA** no crea la distintividad necesaria en relación con el signo inscrito.

Fonéticamente la similitud es muy marcada, nótese que, a la hora de pronunciar los signos, el término que comparten se articula de forma idéntica, por lo que queda un vago recuerdo en el consumidor del término **FORTUNA**, que se puede asociar con el origen empresarial del signo registrado a la hora de adquirir los productos.

Desde el campo ideológico la marca registrada evoca el concepto de suerte [FORTUNA], mismo concepto que utiliza el signo solicitado con la incorporación en su conjunto marcario de la palabra FORTUNA.

Ahora bien, el artículo 24 del Reglamento a la ley citada señala en su inciso 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”; por lo que ahora procede analizar si los productos a los que se refieren las marcas pueden ser asociados.

Precisamente, las reglas establecidas en esta norma persiguen evitar la confusión del consumidor al momento de elegir sus productos o servicios, y, por otro lado, hacer prevalecer los derechos fundamentales del titular de una marca registrada con anterioridad, que consisten en impedir que terceros utilicen su marca o una similar para bienes o servicios idénticos o similares a los registrados, cuando el uso dé lugar a la posibilidad de confusión, principios que precisamente se encuentran en el artículo 25 Ley de Marcas de repetida cita.

Vista la lista de productos a la que se refieren las marcas en cotejo, se determina que los productos que pretende proteger y distinguir la marca solicitada “**AVON FORTUNA**”, en clase 3 de la nomenclatura internacional son: **cosméticos, perfumes, artículos de tocador no medicinales, aceites esenciales, preparaciones cosméticas para cuidado personal,**




para el cuidado de la piel, para el cuidado de los ojos, para los labios, para el cabello, para los pies y para las uñas, excluyendo expresamente jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones perfumados, jabones médicos, jabones de aceite y todo tipo de jabón, jabón en polvo, pasta y barra, detergentes y materiales ásperos para limpiar y pulir, detergentes líquidos, preparados desengrasantes y para el blanqueo. Por su parte, la **marca**



**inscrita**, protege dentro de su lista de productos, en clase 3 de la nomenclatura internacional: jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones perfumados, cremas para la cara, cuerpo y manos, jabones medicados, jabones de aceite y todo tipo de jabones, jabones en polvo, en pasta y en barra, detergentes y materiales raspantes para limpiar y pulimentar, detergentes líquidos, preparaciones desengrasantes y para blanquear, **lociones, extractos, polvos, maquillajes, coloretes, talcos, lápices labiales, brillantinas, aceites de baño, gels, champús, y acondicionadores para el cabello, fijadores para cabello**. Como puede apreciarse, el signo solicitado al igual que el signo inscrito protegen productos de una misma naturaleza: productos cosméticos destinados al cuidado personal, tal y como se desprende de los productos destacados en negrita de uno y otro signo, estos comparten los mismos canales de distribución y puestos de ventas; de ahí, que el consumidor podría asociar el origen empresarial de los productos a comercializar. Esta situación evidencia que, de coexistir ambos signos, el riesgo de confusión u asociación empresarial con respecto al signo marcario inscrito sería inevitable, procediendo de esa manera la inadmisibilidad de la marca de fábrica “**AVON FORTUNA**”, en clase 3 de la nomenclatura internacional, por aplicación del artículo 8 incisos a) y b), artículo 25 párrafo primero e incisos a), e) y f) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, y artículo 24 incisos a), c), e) y f) de su Reglamento.

Considerando lo anteriormente expuesto, estima necesario este Tribunal indicar, que la

inadmisibilidad del registro solicitado se debe a que la marca inscrita , en relación con los productos que distingue en clase 3 de la nomenclatura internacional, es arbitraria; en ese sentido una marca como la solicitada “AVON FORTUNA”, aunque incorpore dentro de su denominación el término AVON, no se puede apropiar de un signo que goza de distintividad por su arbitrariedad, por lo que su nivel de protección es mayor; ello, precisamente, porque al no existir asociación directa entre la marca y los productos, estos requieren de mayor publicidad para crear que el consumidor asocie en la mente la marca con los productos. De manera que permitir la inscripción de la marca propuesta iría en detrimento del titular del signo registrado.

Respecto al agravio planteado por la representación de la empresa recurrente, sobre que en la prevención de fondo limitó la lista de productos de la marca solicitada, y que con esa limitación se excluyeron los productos que podrían causar cualquier confusión con las marcas registradas, por lo que se debe aplicar el principio de especialidad, cabe mencionar, que lleva razón de forma parcial, dado que el Registro de la Propiedad Industrial es claro en la resolución final al indicar que:


Respecto a la limitación de los productos **Cosméticos, perfumes, artículos de tocador no medicinales, aceites esenciales, preparaciones cosméticas para cuidado personal, para el cuidado de la piel, para el cuidado de los ojos, para los labios, para el cabello, para los pies y para las uñas, excluyendo expresamente jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones perfumados, jabones médicos, jabones de aceite y todo tipo de jabón, jabón en polvo, pasta y barra, detergentes y materiales ásperos para limpiar y pulir, detergentes líquidos, preparados desengrasantes y para el blanqueo”;** este Registro considera que no existe [sic] riesgo de confusión con la marca FORTUNA

reg. 50457, pues se debe aplicar el principio de especialidad, sin embargo, se mantiene la objeción respecto a la marca FORTUNA reg. 81972 para la clase 3 internacional. (El subrayado es nuestro, la negrita es del original).

No obstante, el registro 81972 protege en clase 3: jabones, jabones de tocador, jabones bactericidas, jabones perfumados, cremas para la cara, cuerpo y manos, jabones medicados, jabones de aceite y todo tipo de jabones, jabones en polvo, en pasta y en barra, detergentes y materiales raspantes para limpiar y pulimentar, detergentes líquidos, preparaciones desengrasantes y para blanquear, lociones, extractos, polvos, maquillajes, coloretes, talcos, lápices labiales, brillantinas, aceites de baño, gels, champús, y acondicionadores para el cabello, fijadores para cabello; por tanto, existe coincidencia y relación de productos con la marca propuesta respecto a: **lociones, extractos, polvos, maquillajes, coloretes, talcos, lápices labiales, brillantinas, aceites de baño, gels, champús, y acondicionadores para el cabello, fijadores para cabello;** por esto las marcas no pueden coexistir en el mismo mercado debido a que además poseen similitudes fonéticas, gráficas e ideológicas importantes.

A la luz de lo anterior, y observando los productos que protegería la marca solicitada,



“AVON FORTUNA”, y los que protege el signo inscrito , **registro 81972**, ambos en clase 3 de la nomenclatura internacional, estos son de una misma naturaleza: **productos cosméticos destinados al cuidado personal**, tal y como quedó establecido líneas atrás, situación que impide de forma absoluta aplicar el principio de especialidad marcaria y en virtud de este permitir la coexistencia de las marcas en disputa.

De permitirse la coexistencia de los signos se estaría violando el derecho de exclusividad con que goza la empresa titular del signo registrado, derecho inmerso en el artículo 25 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos el cual señala:

**Derechos conferidos por el registro.** El titular de una marca de fábrica o de comercio ya registrada gozará del derecho exclusivo de impedir que, sin su consentimiento, **terceros utilicen en el curso de operaciones comerciales, signos idénticos o similares, incluso indicaciones geográficas y denominaciones de origen, para bienes o servicios iguales o parecidos a los registrados para la marca, cuando el uso dé lugar a la probabilidad de confusión.** [...] Por ello, el registro de una marca confiere, a su titular o a los derechohabientes, el derecho de actuar contra terceros que, sin su consentimiento, ejecuten alguno de los siguientes actos:

a) Aplicar o colocar la marca o un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos o servicios para los cuales fue registrada la marca o sobre productos, envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de esos productos relacionados con los productos o servicios para los cuales se registró la marca.

[...]

e) Usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca, para productos o servicios, cuando tal uso pueda causar confusión o riesgo de asociación con el titular del registro.

[...]

f) Usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca para productos o servicios cuando tal uso pueda causarle al titular o al derechohabiente del registro un daño económico o comercial injusto, por una disminución de la fuerza distintiva, del valor comercial de la marca, o por el aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o la clientela creada por su uso.

En relación con el agravio que expone la representación de la apelante, respecto a que el análisis del examinador es erróneo porque no examina la marca desde la perspectiva de la visión de conjunto, esta no lleva razón por cuanto el Registro de la Propiedad Industrial realizó el cotejo de los signos en su conjunto, sin hacer ningún tipo de separación o fraccionamiento del signo solicitado. Este último, en su globalidad contiene dentro de su denominación “**AVON FORTUNA**”, el término “**FORTUNA**” de la marca inscrita, que no le brinda distintividad frente al signo registrado; el hecho de utilizar dentro del conjunto marcario propuesto la marca AVON, no le da derecho de usar el distintivo marcario inscrito por **COLGATE PALMOLIVE COMPANY**, por lo que queda claro que los signos cotejados desde el punto de vista gráfico comparten el componente “**FORTUNA**”, lo que crea en la mente del consumidor que estos provienen de un mismo origen empresarial, al tener una misma dicción. Por ende, no podríamos obviar que el tener en común tal elemento, ambos evocan una misma idea o concepto en la mente del consumidor, por lo que este las relacionará de manera directa con los productos que comercializa la titular del registro inscrito, no siendo posible de esa manera su coexistencia registral.

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 esta y los intereses legítimos que de ello trasciende, 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 en relación con otros.

**SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO.** Por los argumentos y citas normativas expuestas, al existir registros vigentes, estos deben ser protegidos de un eventual riesgo de confusión y asociación empresarial, de conformidad con el artículo 8 incisos a) y b), en relación con el artículo 25 párrafo primero e incisos a), e) y f) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, y artículo 24 incisos a), c), d) y e), de su Reglamento. Por ello este Tribunal concuerda plenamente con lo resuelto por el Registro de la Propiedad Industrial, siendo, lo procedente declarar sin lugar el recurso de apelación, interpuesto por la abogada Roxana Cordero Pereira, en su condición de apoderada especial de **AVON PRODUCTS, INC**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:29:09 horas del 2 de julio de 2019, la que en este acto se **confirma**, denegándose la solicitud de inscripción de la marca de fábrica “**AVON FORTUNA**”, en clase 3 de la nomenclatura internacional.

### **POR TANTO**

Con fundamento en las consideraciones y citas normativas expuestas, se declara **SIN LUGAR** el **RECURSO DE APELACIÓN**, interpuesto por la abogada Roxana Cordero Pereira, en su condición de apoderada especial de **AVON PRODUCTS, INC**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:29:09 horas del 2 de julio de 2019, la que en este acto se **confirma**, denegándose la solicitud de inscripción de la marca de fábrica “**AVON FORTUNA**”, en clase 3 de la nomenclatura internacional. 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, Ley 8039 y 29 del Reglamento Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo 35456-J del 31 de agosto de 2009, publicado en el Diario Oficial La Gaceta 169 del 31 de agosto del 2009, 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.** -

**Karen Quesada Bermúdez**

**Oscar Rodríguez Sánchez**

**Leonardo Villavicencio Cedeño**

**Priscilla Loretto Soto Arias**

**Guadalupe Ortiz Mora**

*lvd/KQB/ORS/LVC/PLSA/GOM/*

**DESCRIPTORES.**

**MARCAS INADMISIBLES POR DERECHOS DE TERCEROS**

**TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR UN TERCERO**

**TG: MARCAS INADMISIBLES**

**TNR: 00.41.33**