



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente No. 2012-0565-TRA-PI

Solicitud de registro del nombre comercial: “**equilibria (DISEÑO)**”

EQUILIBRIA ESTUDIO PILATES LTDA., Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de origen No. 665-2012)

[Subcategoría: Marcas y otros signos distintivos]

VOTO No. 0023-2013

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las catorce horas con cuarenta minutos del diecisiete de enero de dos mil trece.

Recurso de Apelación interpuesto por el señor **Francesco Patrizi**, mayor, casado una vez, Empresario, de nacionalidad italiana, vecino de San José, Pozos de Santa Ana, portador del pasaporte de su país número G087299, en su condición de Subgerente con facultades de Apoderado Generalísimo sin límite de suma de la empresa **Equilibria Estudio Pilates Ltda.**, de esta plaza, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas con cincuenta y siete minutos y cuarenta y un segundos del nueve de mayo de dos mil doce.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 24 de enero de 2012, el Licenciado **José Paulo Brenes Lleras**, de calidades y en su condición antes citada, solicitó la inscripción del nombre comercial “**equilibria (DISEÑO)**”, para proteger y distinguir: “*un establecimiento comercial dedicado a impartir clases de ejercicios y acondicionamiento físico, ubicado en San Rafael de Escazú, San José, Avenida Escazú, Edificio 102 AE, segundo piso, local 203-B*”.



SEGUNDO. Que mediante resolución dictada a las nueve horas con cincuenta y siete minutos y trece segundos del trece de febrero de dos mil doce, el Registro de la Propiedad Industrial le objetó a la referida solicitud marcaria, que existe inscrita la marca de fábrica y comercio y, el nombre comercial “**EQUILIBRIO SPA**”, bajo los registros números **154003** y **151526**, propiedad de la empresa **LAGOS DE LINDORA S.R.L.**; y el nombre comercial “**casaquilibrio (DISEÑO)**”, bajo el registro número **197056**, perteneciente a la empresa **CASAQUILIBRIO SALUD INTEGRAL S.A.**

TERCERO. Que mediante resolución dictada a las trece horas con cincuenta y siete minutos y cuarenta y un segundos del nueve de mayo de dos mil doce, el Registro de la 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. (...)*”.

CUARTO. Que inconforme con lo resuelto, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 28 de mayo de 2012, el señor **Francesco Patrizi**, en representación de la empresa **EQUILIBRIA ESTUDIO PILATES LTDA.**, apeló la resolución referida, expresando agravios.

QUINTO. 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, la invalidez o la nulidad de lo actuado, dictándose esta resolución fuera del plazo legal toda vez que el Tribunal Registral Administrativo no contó con el Órgano Colegiado del 12 de mayo del 2010 al 12 julio del 2011.

Redacta el Juez Suárez Baltodano, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. A falta de un elenco de hechos



probados en la resolución venida en alzada, este Tribunal enlista como hechos con tal carácter, relevantes para lo que debe ser resuelto, los siguientes:

1.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita la marca de fábrica **“EQUILIBRIO SPA”**, bajo el registro número **154003**, en **Clase 41** del nomenclátor internacional, perteneciente a la empresa **LAGOS DE LINDORA S.R.L.**, vigente desde el 23 de setiembre de 2005 hasta el 23 de setiembre de 2015, para proteger y distinguir: *“servicios de gimnasio e instrucción de deportes varios. Servicios brindados por personas o por instituciones para divertir o entretener, servicios cuyo fin esencial es el entretenimiento, la diversión o el recreo de los individuos”*. (Ver folios 12 y 13).

2.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito el nombre comercial **“EQUILIBRIO SPA”**, bajo el registro número **151526**, perteneciente a la empresa **LAGOS DE LINDORA S.R.L.**, vigente desde el 3 de marzo de 2005, para proteger y distinguir: *“un establecimiento comercial dedicado a prestar servicios o entretener, servicios cuyo fin esencial es el entretenimiento, la diversión o el recreo de los individuos así como servicios de belleza y salud en general, ubicado en San José, Pozos de Santa Ana, Hacienda Lindora, del Residencial Valle del Sol, 100 metros norte y 50 oeste”*. (Ver folios 14 y 15).

3.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito el nombre comercial **“casaquilibrium (DISEÑO)”**, bajo el registro número **197056**, perteneciente a la empresa **CASAQUILIBRIO SALUD INTEGRAL S.A.**, vigente desde el 4 de diciembre de 2009, para proteger y distinguir: *“un establecimiento comercial dedicado a brindar los servicios profesionales en acondicionamiento físico en tierra y acuático, natación para todo tipo de personas, bailes populares de todo tipo, movimiento creativo, yoga, masaje en general, alimentación saludable, ubicado en San Vicente, Jardines de Moravia, bloque S, cas No. 19 del Salón Comunal 300 metros este y 75 metros al sur”*. (Ver folios 16 y 17).

SEGUNDO. 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.

TERCERO. SOBRE LA RESOLUCIÓN IMPUGNADA Y LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR LA PARTE APELANTE. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial, rechaza la inscripción del nombre comercial solicitado “**equilibria (DISEÑO)**”, ya que al hacer el estudio respectivo encuentra que existen inscritos los signos citados en los hechos probados, protegiendo un giro comercial y servicios relacionados y vinculados entre sí (ejercicios, acondicionamiento físico y deportes, entre otros directamente relacionados), correspondiendo a un nombre comercial inadmisibles por derechos terceros, que contiene semejanzas gráficas, fonéticas e ideológicas en relación con los signos inscritos que los hacen casi idénticos, siendo inminente el riesgo de confusión y el riesgo de asociación para el consumidor al no existir distintividad que permita identificarlos e individualizarlos, no pudiendo coexistir los signos en el comercio, ya que se estaría afectando el derecho de elección del consumidor y socavando el esfuerzo de los empresarios por distinguir sus productos a través de signos marcarios distintivos, fundamentando su decisión en la transgresión a los artículos 2 y 65 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Por su parte, los alegatos sostenidos por el representante de la empresa recurrente en su escrito de apelación, van en el sentido de que el Registro no lleva razón al considerar que con respecto al signo “EQUILIBRIO SPA”, no existe similitud gráfica, fonética o ideológica con la marca solicitada, que sea susceptible de causar un riesgo de confusión en el público consumidor. Agrega que desde un punto de vista gráfico, la marca solicitada incluye un diseño muy particular que sin lugar a dudas evita que el público se pueda ver confundido entre el origen de las marcas, además, los signos inscritos incluyen el término “spa” que además agrega mayor distinción a los términos en cuestión; siendo también que desde un punto de vista fonético, los signos inscritos se perciben en forma muy distinta a la marca solicitada y en este caso la última letra hace que los signos se escuchen en forma muy diferente y que evita el riesgo de confusión. Señala que con respecto a las características ideológicas de los signos bajo análisis, estos también presentan significados diferentes, la marca solicitada es un término de fantasía, mientras que los signos



inscritos tienen un significado concreto, por cuanto los signos bajo análisis no generan las mismas ideas en el público consumidor, lo cual hace que este las pueda distinguir entre sí y que no exista confusión. Por otra parte, en cuanto al grado de confusión con el nombre comercial “CASAQUILIBRIO (DISEÑO)”, señalado por el Registro, el apelante alega que este nombre comercial consiste en tal término y no en los términos “casa equilibrio”, no existiendo similitud tal que pueda crear un riesgo de confusión en el público consumidor, ambos signos incluyen elementos figurativos muy diferentes entre sí y que logran distinguir los signos, además los elementos denominativos también son muy diferentes y finalmente desde el punto de vista auditivo, las marcas igualmente se escuchan en forma muy diferente, lo que evita aún más cualquier riesgo de confusión.

CUARTO. SOBRE EL NOMBRE COMERCIAL. El *nombre comercial* es aquel signo que identifica y distingue a una empresa o un establecimiento comercial de otros, con el objeto de que sean reconocidos por el público dentro del mercado, tal y como lo informa el artículo 2° de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, No. 7978, del 6 de enero del 2000, que lo define como: “*Signo denominativo o mixto que identifica y distingue una empresa o un establecimiento comercial determinado.*”, de ahí que la protección del *nombre comercial* se fundamenta en la circunstancia de que es el más sencillo, natural y eficaz medio para que un comerciante identifique su actividad mercantil, permitiéndole al público que lo reconozca fácilmente. Es eso, de manera especial, lo que revela que el objeto del *nombre comercial* tiene una función puramente distintiva, reuniendo en un signo la representación de un conjunto de cualidades pertenecientes a su titular, tales como el grado de honestidad, reputación, prestigio, confianza, fama, calidad de los productos, entre otros, de lo que se colige que el *nombre comercial* es aquel con el cual la empresa trata de ser conocida individualmente por los compradores, a efecto de captar su adhesión, buscando con ello mantenerse en la lucha de la competencia y ser distinguida sobre sus rivales. BREUER MORENO, citado por BERTONE y CABANELLAS, señala que el nombre comercial es: “(...) *aquel bajo el cual un comerciante –empleando la palabra en su sentido más amplio– ejerce los actos de su profesión; es aquél que utiliza para vincularse con su clientela; para distinguirse a sí mismo en sus negocios o para distinguir a su establecimiento*



comercial. (...)” (Véase a Mario Efraim LÓPEZ GARCÍA, Nombres comerciales y emblemas; en <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpyAuVFplAWdWFYapo.php>).

Señala también la doctrina que, el nombre comercial es: “(...) *el signo para distinguir al empresario de otros empresarios. Originalmente su finalidad está estrechamente vinculada con las denominaciones sociales y las formas de identificación de la empresa [...] El principio de especialidad aplicado a los nombres comerciales significa que el nombre comercial distingue los empresarios respecto de actividades similares, por lo que –a diferencia con lo que sucede con las denominaciones sociales- pueden convivir nombres comerciales idénticos con tal de que se destinen a actividades distintas (...)*” (LOBATO, Manuel, **Comentarios a la Ley 17/2001 de Marcas, Primera Edición, CIVITAS Ediciones, España, 2002, páginas 1019 y 1022**). En este contexto, se puede colegir que la distintividad es un requisito básico que debe cumplir todo nombre comercial a fin de ser consecuente con su propia naturaleza como es la de ser un signo distintivo, y en tal sentido, la de individualizar a un determinado empresario dentro del mercado. Los artículos 64 y siguientes de la Ley citada, regulan los nombres comerciales. El numeral 65 establece sobre los nombres comerciales inadmisibles y al efecto impone: “(...) *Un nombre comercial no podrá consistir, total ni parcialmente, en una designación u otro signo contrario a la moral o el orden público o susceptible de causar confusión, en los medios comerciales o el público, sobre la identidad, la naturaleza, las actividades, el giro comercial o cualquier otro asunto relativo a la empresa o el establecimiento identificado con ese nombre comercial o sobre la procedencia empresarial, el origen u otras características de los productos o servicios producidos o comercializados por la empresa. (...)*” (el destacado en negrita no es del texto original). De la anterior disposición se deduce, que un nombre comercial no puede consistir en una designación susceptible de causar confusión, en el mercado al público consumidor, sobre la identidad del establecimiento identificado con un nombre o sobre la procedencia empresarial de los productos o servicios que se comercializa. Respecto a su registro, merece tener presente que conforme el párrafo segundo del artículo 67 de la citada Ley “(...) *El registro del nombre comercial tendrá duración indefinida y se extinguirá con la empresa o el establecimiento que emplea el nombre comercial. Podrá ser cancelado en cualquier tiempo, a pedido de su titular.*



(...)”

El régimen y trámites para la protección del **nombre comercial** es muy similar al de la **marca**, tal y como lo establece el artículo 68 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que prevé la aplicación de los procedimientos establecidos para el registro de las marcas, para el caso de la inscripción de un nombre comercial, su modificación y anulación, al disponer que: “(...) *Un nombre comercial, su modificación y anulación se registrarán en cuanto corresponda, siguiendo los procedimientos establecidos para el registro de las marcas. (...)*”, puesto que ambos son signos distintivos que un comerciante puede emplear en el ejercicio de una actividad mercantil y, consecuentemente, resulta que pueden utilizarse para el primero, los mismos signos previstos para la segunda, pero ajustándose a lo que dispone el artículo 65 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, transcrito supra. En consecuencia, un nombre comercial, al igual que una marca, es objeto de registración cuando cumple a cabalidad con los tres elementos característicos que todo signo distintivo debe cumplir; a saber: **a) su perceptibilidad**: entendida como la necesidad de que el signo pueda ser apreciado por medio de los sentidos, haciendo referencia a todo elemento, signo o indicación que pueda ser captado por los sentidos para que, por medio de éstos, penetre en la mente del público, el que de esta manera aprehende y a la vez asimila con facilidad el signo; **b) su distintividad**: que es la función esencial de la marca, (y en este caso del nombre comercial) y que radica en distinguir un establecimiento de otros, haciendo posible que el consumidor los diferencie, “(...) *Porque la distintividad importa tanto al empresario, quien ofrece en el mercado un producto con el propósito de hacer conocer su origen, la calidad y condiciones del mismo, como al consumidor quien desea adquirir un producto de determinado origen y calidad. La distintividad del producto sirve de puente de comunicación entre empresarios, productores y consumidores en la medida en que lanza al mercado una señal inequívoca de la procedencia de los bienes y despierta en el consumidor la convicción de que el producto que adquiere es el que desea porque lo conoce y lo asocia con un único productor. (...)*” (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, sentencia emitida el 25 de setiembre de 1998. Proceso No. 23-IP-98) y **c) susceptibilidad de representación gráfica**: que permite la



publicación y el archivo de la denominación solicitada en las respectivas oficinas de propiedad industrial, esa descripción, además, sirve para formarse una idea del signo.

Concluyendo y con base en lo expuesto, un nombre comercial es objeto de registración, cuando cumple con los tres requisitos anteriormente señalados y esencialmente para el caso concreto con la característica primordial de todo signo marcario, sea la distintividad, que consiste en distinguir un establecimiento de otros, y asimismo diferenciar éstos con marcas inscritas que puedan estar relacionadas por los productos o servicios que protegen y distinguen con el giro o actividad del establecimiento comercial; y además, siempre que no se encuentre comprendido en alguna de las causales que impiden su registro, establecidas en el artículo 65 transcrito, haciendo posible que el consumidor los diferencie y no se confunda.

QUINTO. EN CUANTO AL FONDO DEL ASUNTO.

A-) *Sobre la ubicación teórica del problema.* De lo expuesto se colige con meridiana claridad, que como en el caso bajo examen los signos contrapuestos son **muy similares**, por cuanto uno y otro se constituyen por un vocablo predominante, sean “EQUILIBRIA” el solicitado y “EQUILIBRIO” los inscritos, a nombre de la empresa **Lagos de Lindora S.R.L.** y “**casaquilibrio**” a nombre de la empresa **Casaquilibrio Salud Integral S.A.**, y al realizar un cotejo entre éstos, son muy similares en los campos gráfico y fonético, diferenciándose únicamente en la letra final de cada uno de ellos. Siendo los signos contrapuestos similares entre sí, en un segundo escenario veamos si la actividad comercial es relacionada. Del análisis de la eventual coexistencia de tales signos distintivos debe hacerse partiendo de los alcances en el caso concreto, del *Principio de Especialidad Marcaria*, recogido en el artículo 25 párrafo primero de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (Nº 7978 del 6 de enero de 2000, en adelante Ley de Marcas), y reflejado en el artículo 65 ibídem, en este caso como motivo para el rechazo de la inscripción de un signo distintivo, y en el numeral 24 incisos d) y e) del Reglamento de esa Ley (Decreto Ejecutivo Nº 30233-J del 20 de febrero de 2002, en adelante el Reglamento), en este caso como elemento de juicio al momento de analizar la procedencia de una solicitud de



inscripción de un nombre comercial.

Dicho lo anterior, pártase de que si la función principal del nombre comercial es identificar y distinguir una empresa o un establecimiento comercial determinado de otros, corolario de ello es que no sea posible que coexistan en el mercado, en cabeza de dos o más personas distintas, signos distintivos similares o idénticos para designar productos, servicios, empresas o establecimientos comerciales idénticos o similares, de la misma naturaleza o finalidad o íntimamente relacionados en cuanto al giro comercial, ya que esto generaría un riesgo de confusión en los consumidores que afectaría la función distintiva de los signos. En pocas palabras, la esencia del sistema marcario reside en evitar la coexistencia de signos distintivos confundibles pertenecientes a distintos titulares.

No obstante lo anterior, la protección acordada a signos distintivos (marcas, nombres comerciales y señales de propaganda) se encuentra delimitada y se atenúa, en virtud del ***Principio de Especialidad Marcaria***, según el cual tal protección no abarca la totalidad de los productos, servicios o establecimientos comerciales con sus respectivos giros, sino sólo aquéllos para los que la marca o nombre comercial fue solicitado y aquellos que se relacionan con éstos. Es decir, de acuerdo con el ***Principio de Especialidad***, el derecho de exclusividad que otorga el registro de una marca o un nombre comercial recae por su orden, únicamente sobre los bienes o servicios y sobre el tipo de establecimiento para los que han sido registrados, de manera tal que la marca no protege cualquier producto o servicio, ni el nombre comercial cualquier establecimiento mercantil sino que su espectro de protección se halla limitado respectiva y únicamente a los productos o servicios; y el tipo de establecimiento para los cuales fue solicitado su registro.

Por ende, así enunciado el ***Principio de Especialidad***, éste supone que los derechos que confiere la inscripción de una marca sólo se adquieren con relación a los productos o servicios para los que hubiere sido solicitada, y que funciona como una limitación a los derechos del propietario de la marca, los cuales quedan reducidos a un determinado sector de servicios o productos respecto



del cual el titular tiene especial interés en obtener la protección emergente del registro de un signo marcario, sucediendo lo mismo con los nombres comerciales. De tal suerte, la consecuencia más palpable de la *especialidad* de la marca es que sobre un mismo signo pueden recaer dos o más derechos de marca autónomos, pertenecientes a distintos titulares, pero eso sí, siempre que cada una de esas marcas autónomas sea utilizada con relación a una clase o variedad diferente de productos o servicios, porque como consecuencia de esa diferencia, no habría posibilidad de confusión sobre el origen o la procedencia de los tales productos o servicios. En resumen, una marca no puede, indeterminadamente, proteger cualquiera y todas las mercaderías, sino aquellas para las cuales se le otorgó exclusividad, y correlativamente, una marca no podrá impedir el registro de otras idénticas que amparen productos o servicios que no se asocien con ellos o que no generen riesgo de asociación empresarial.

Entonces, por la aplicación de ese Principio se puede solicitar el registro de un signo distintivo igual a una marca inscrita, siempre que lo sea para clases distintas de productos o para el caso concreto que el giro o la actividad comercial del nombre propuesto para la empresa o establecimiento comercial a proteger y distinguir, no guarde ni tenga relación con los productos o servicios de la marca inscrita, ni con el giro comercial del nombre comercial inscrito. Empero, si con la eventual inscripción del signo propuesto puede surgir un **riesgo de confusión**, en tal caso la protección que se confiere a la marca registrada traspasa los límites de la clase donde se registró, y su titular puede oponerse o impugnar el registro del signo que causa –o puede causar– confusión. Bajo esta tesitura, hay que señalar que el **riesgo de confusión** presenta distintos grados, que van desde la similitud o semejanza entre dos o más signos, hasta la identidad entre ellos, hipótesis esta última en la que resulta necesario verificar, no ya la cercanía sensorial y mental entre los signos, sino el alcance de la cobertura del registro del signo inscrito, esto es, la naturaleza de los productos o servicios que identifican la marca en conflicto en relación con el giro y actividad del nombre comercial solicitado. Debe entonces imperar la irregistrabilidad en aquellos casos en que los signos propuestos se pretendan para los mismos productos o servicios o éstos estén relacionados con dicho giro o actividad, o bien, relacionados o asociables a aquéllos, tal como se prevé en el artículo 25 de la Ley de Marcas, y en el 24 inciso f) de su Reglamento.



B-) Sobre la irregistrabilidad del nombre comercial solicitado. Este Tribunal comparte lo resuelto por el Registro de la Propiedad Industrial al rechazar la inscripción de la solicitud del nombre comercial “**equilibria (DISEÑO)**” fundamentado en una falta de distintividad por la similitud con la marca y el nombre comercial inscritos “**EQUILIBRIO SPA**”, propiedad de la empresa **LAGOS DE LINDORA S.R.L.**

En efecto, confrontados, en forma global y conjunta, el nombre comercial pretendido con la marca y el nombre comercial inscritos con anterioridad, se advierte una semejanza gráfica, fonética y ideológica en grado de similitud, lo que por sí es un motivo para impedir su inscripción. En relación al diseño o parte gráfica que conforma el nombre comercial solicitado, el cual lo constituye la palabra “**equilibria**” en letras estilizadas de color gris con dos figuras humanas contrapuestas en la parte superior, puede ser probable que el consumidor lo considere como un escudo ornamento y no como una referencia empresarial, siendo que tal gráfico (diseño estilizado de las letras en gris) no permite un grado de distintividad suficiente como para contrarrestar la identidad de la parte denominativa de los nombres comerciales, que es en definitiva la que en este caso recordará el consumidor. En relación al término “SPA” valga decir que es genérico, por lo que no se toma en cuenta en el cotejo realizado, ya que su función es describir el tipo de servicio que claramente se relaciona con los de gimnasio.

Ha de tenerse presente que, el giro y las actividades que pretende desarrollar el nombre comercial solicitado, están relacionadas con los servicios de los signos inscritos. Adviértase, que en lo que interesa, **la marca inscrita “EQUILIBRIO SPA”** protege y distingue desde el 23 de setiembre de 2005 “servicios de gimnasio e instrucción de deportes varios. Servicios brindados por personas o por instituciones para divertir o entretener, servicios cuyo fin esencial es el entretenimiento, la diversión o el recreo de los individuos”, **el nombre comercial inscrito “EQUILIBRIO SPA”** protege y distingue desde el 3 de marzo de 2005 “un establecimiento comercial dedicado a prestar servicios o entretener, servicios cuyo fin esencial es el entretenimiento, la diversión o el recreo de los individuos así como servicios de belleza y salud



*en general, ubicado en San José, Pozos de Santa Ana, Hacienda Lindora, del Residencial Valle del Sol, 100 metros norte y 50 oeste”, **el nombre comercial inscrito “casaquilibrium (DISEÑO)”** protege y distingue desde el 4 de diciembre de 2009 “un establecimiento comercial dedicado a brindar los servicios profesionales en acondicionamiento físico en tierra y acuático, natación para todo tipo de personas, bailes populares de todo tipo, movimiento creativo, yoga, masaje en general, alimentación saludable. Ubicado en San Vicente, Jardines de Moravia, bloque S, Casa No. 19 del Salón Comunal 300 metros este y 75 metros al sur, y **el nombre comercial solicitado** pretende proteger y distinguir “un establecimiento comercial dedicado a impartir clases de ejercicios y acondicionamiento físico, ubicado en San Rafael de Escazú, San José, Avenida Escazú, Edificio 102 AE, segundo piso, local 203-B”. El hecho de que los listados por su orden servicios y actividades estén relacionados entre sí, y pertenezcan al mismo sector comercial o ramo **ejercicios, acondicionamiento físico y deportes, entre otros directamente relacionados**, abonado a que los signos son casi idénticos en su parte predominante, además de que el signo solicitado se encuentra inserto dentro de los signos inscritos, configura un riesgo de confusión y un riesgo de asociación entre el público consumidor quienes quedarían en incapacidad de distinguir el origen empresarial de los mismos.*

Por lo anteriormente expuesto, y efectuado el estudio de los agravios de la empresa apelante, así como habiendo realizado el proceso de confrontación del signo cuyo registro se solicita, con la fundamentación normativa que se plantea, este Tribunal considera que efectivamente, al signo objeto de denegatoria, le son aplicables los artículos 2 y 65 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, No. 7978, puesto que dichas normas prevén, la irregistrabilidad de un signo como nombre comercial cuando ello afecte algún derecho de terceros, por lo que lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el señor **Francisco Patrizi** en su condición de Subgerente con facultades de Apoderado Generalísimo sin límite de suma de la empresa **EQUILBRIA ESTUDIO PILATES LTDA.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas con cincuenta y siete minutos y cuarenta y un segundos del nueve de mayo de dos mil doce, la cual, en este acto debe confirmarse.



SEXTO. 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, N° 8039, del 12 de octubre de 2000 y 29 del Reglamento Operativo de este Tribunal, Decreto Ejecutivo No. 35456-J de 30 de marzo del 2009, publicado en La Gaceta No. 169 de 31 de agosto del 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 señor **Francesco Patrizi** en su condición de Subgerente con facultades de Apoderado Generalísimo sin límite de suma de la empresa **EQUILIBRIA ESTUDIO PILATES LTDA.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas con cincuenta y siete minutos y cuarenta y un segundos del nueve de mayo de dos mil doce, la cual se confirma, denegándose la inscripción del signo solicitado. 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

Pedro Daniel Suarez Baltodano

Ilse Mary Díaz Díaz

Kattia Mora Cordero

Guadalupe Ortiz Mora



DESCRIPTORES:

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33