
RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2019-0524-TRA-PI

SOLICITUD DE NULIDAD DE LA MARCA DE FÁBRICA Y COMERCIO: KTM RACING, registro 269252

KTM AG, APELANTE

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (EXPEDIENTE DE ORIGEN 2016-2615)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0280-2020

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las once horas con cuarenta y un minutos del ocho de junio de dos mil veinte.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por el abogado Luis Esteban Hernández Brenes, vecino de San José, titular de la cédula de identidad 401550803, en su condición de apoderado para propiedad intelectual de la empresa **KTM AG**, sociedad organizada y existente bajo las leyes de Austria, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 15:46:14 horas del 27 de agosto de 2019.

Redacta la juez Quesada Bermúdez

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. A) SOBRE LA SOLICITUD DE NULIDAD Y LOS ALEGATOS DEL RECURRENTE. El 9 de agosto de 2018 el abogado Luis Esteban Hernández Brenes, en representación de la empresa **KTM AG**,

presentó ante el Registro de la Propiedad Industrial acción de nulidad contra el registro número **269252**, correspondiente a la marca de fábrica y comercio “**KTM RACING**”, en clase 18 de la nomenclatura internacional, inscrita desde el 13 de marzo de 2018, a nombre de María Luisa Azofeifa González, cédula de identidad 113680403, alegando un mejor derecho por uso anterior y la notoriedad del signo, porque la marca que solicita anular se inscribió transgrediendo el inciso a), c) y e) del artículo 8 de la Ley de marcas y otros signos distintivos. Indica que el 17 de enero de 2018, la empresa KTM AG de Austria solicitó el Registro de la marca “**KTM**” en clase 25, la cual se tramita bajo el expediente 2018-332 y que esta empresa también tiene inscrita la marca **KTM** en clases 7, 9, 12, 37 y 41.

Una vez notificado el traslado de la nulidad al accionante el 6 de setiembre de 2018, según consta a folio 295 del expediente principal, y a la titular del signo que se pretende anular mediante publicación en el Diario Oficial La Gaceta del 21, 22 y 25 de febrero de 2019, según consta a folios 301 a 303 del expediente principal, no se observa en el expediente contestación por parte de la señora María Luisa Azofeifa González, titular de la marca que se intenta anular.

Mediante resolución final dictada a las 15:46:14 horas del 27 de agosto de 2019 el Registro de la Propiedad Industrial resolvió:

I) Declarar sin lugar el reconocimiento de notoriedad de la marca KTM alegado por la empresa KTM AG. **II)** Declarar SIN LUGAR, la solicitud de nulidad de la marca “**KTM RACING**”, registro 269252, que protege en clase 18 internacional “*baúles y maletas*” propiedad de MARÍA LUISA AZOFEIFA GONZÁLEZ [...]

El abogado Luis Esteban Hernández Brenes, en representación de la empresa solicitante KTM AG, apela la resolución referida mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 17 de setiembre de 2019, sin expresar los motivos de su

inconformidad. No obstante, conferida la audiencia de quince días hábiles por este Tribunal mediante resolución de las 8:15 horas del 15 de noviembre de 2019 (folio 00004 del legajo digital de apelación), por escrito presentado el 9 de diciembre de 2019, el representante de la recurrente solicita una prórroga de plazo, la cual es concedida mediante resolución dictada a las 8:15 horas del 12 de diciembre de 2019, por un plazo de siete días contados a partir del día hábil siguiente al recibo de la resolución, y mediante escrito presentado a esta instancia de alzada el 6 de enero de 2020, el recurrente argumenta que:

1.- KTM AG es una empresa austriaca de reconocido prestigio a nivel nacional e internacional, dedicada a la fabricación, distribución y comercialización de vehículos de locomoción terrestres, en especial motocicletas, bicicletas, scooters, ciclomotores, sus partes y accesorios. Además, fabrica, distribuye y comercializa prendas de vestir, artículos de cuero e imitaciones de cuero, en particular bolsos de asiento para bicicletas y motocicletas, mochilas deportivas, coala deportivo, monederos, porta licencias, mochilas para motocicletas, maletas, bolsos de viaje, paraguas y sombrillas, y otros productos relacionados con su giro de negocios. La marca KTM es una de las marcas de motocicletas más reconocidas a nivel mundial con más de 83 años de historia, según se muestra en los sitios web www.ktmgroup.com y www.ktm.com/cr/.

2.- A nivel corporativo el GRUPO KTM (KTM GROUP), está integrado por varias compañías, dentro de las cuales, se encuentra la empresa KTM AG (solicitante de la nulidad del registro de la marca KTM RACING en la clase 25), KTM Sportmotorcycle GmbH y KTM Sportmotorcycle AG, esta última se fusionó con KTM Sportmotorcycle GmbH el 23 de julio del 2014. Las empresas KTM AG y KTM Sportmotorcycle GmbH, pertenecen al mismo grupo de interés económico.

3.- El Grupo KTM y las distintas empresas que lo conforman, son titulares de una gran cantidad de registros KTM en distintos países del mundo, tales como Perú, Venezuela, Argentina y Costa Rica, en las clases internacionales 12, 18 y 25.

4.- **KTM** inicia la comercialización de sus productos en Costa Rica a finales de los años ochenta, a través de su primer distribuidor y concesionario en el país la empresa Motos Breyman, S.A, (en la actualidad DISTRIBUIDORA DE REPUESTOS EUROPEOS PARA MOTOCICLETAS, S.A.), y desde el año 2015 la representación, distribución y comercialización de la marca la realiza la empresa Made in Austria, S.A. Adjunta extractos de la cuenta del KTM GROUP con sus distribuidores, las empresas Motos Breyman, S.A. y Made in Austria, S.A., del período comprendido entre el 1 de enero del 2014 y el 31 de agosto del 2016, firmados por el MBA señor Viktor Sigl miembro de la Junta Directiva de KTM AG, mediante lo cual se demuestra la relación comercial entre las empresas que conforman el KTM GROUP y sus distribuidores en Costa Rica.

5.- En Costa Rica la marca **KTM** es una marca conocida en el sector pertinente de las motocicletas, las carreras de motocicletas o racing, en sus distintas modalidades tales como motocross, enduro, campo traviesa “Cross Country”, rally o turismo, o en los eventos como el reconocido X-Nights; es una marca reconocida, tanto para distinguir el producto principal, las motocicletas, como los productos accesorios y otros productos relacionados, como lo son prendas de vestir, y en especial, las prendas de vestir para motociclistas: camisetas, chaquetas, guantes, calzado, gorras, etc. La marca **KTM** es una marca usada con gran intensidad, difusión y publicidad en los principales campeonatos nacionales, eventos, carreras y espectáculos en Costa Rica, tanto para distinguir motocicletas y sus accesorios, como para distinguir prendas de vestir.

6.- La solicitud de registro de la marca KTM RACING en clase 25, se presenta al Registro de la Propiedad Industrial el 28 de julio del 2015; se ha acreditado que desde el 2013 la

empresa Motos Breyman, S.A. distribuía y comercializaba los productos del Grupo KTM en Costa Rica, por lo que, desde la presentación de registro por María Luisa Azofeifa González, era una marca conocida por el consumidor nacional de motocicletas, sus accesorios y prendas de vestir. La empresa KTM AG tuvo en Costa Rica ventas totales netas anuales de ropa de poder (*power wear*) y prendas de vestir (*clothing*) en el año 2013 por la suma de \$14.390,43, en el año 2014 por la suma de \$ 8757,29, en el año 2015 por la suma de \$27.740,04 y en el año 2016 por la suma de \$71.697,82.

7.- El derecho de una marca también estriba en quién tiene mejor derecho sobre ella por el hecho de haberla usado con anterioridad, lo que permite a quien tiene mejor derecho, impedir que sin su consentimiento un tercero utilice signos idénticos o similares para bienes iguales o parecidos. Aunque la señora María Luisa Azofeifa González inscribió primero en Costa Rica la aludida marca **KTM RACING** en clase 25, a **KTM AG** le asiste un mejor derecho sobre el signo, de conformidad con el artículo 4 inciso a) en concordancia con el inciso c) de la Ley de marcas y otros signos distintivos.

B. SOBRE LO TRAMITADO EN PRIMERA INSTANCIA. Este Tribunal observa que en la resolución impugnada el Registro de la Propiedad Industrial omitió analizar la marca de fábrica y servicios **KTM**, registro **256538**, en clases 7, 9, 12, 37 y 41 de la nomenclatura internacional, presentada para su inscripción el 23 de mayo de 2016, inscrita el 27 de octubre de 2016 y vigente hasta el 27 de octubre de 2026, propiedad de la empresa **KTM AG**; pues únicamente se avocó a cotejar el signo **KTM Racing**, con la marca de fábrica y comercio **KTM** en clase 25 de la nomenclatura internacional, presentada para su inscripción por la empresa **KTM AG** el 17 de enero de 2018, la cual se encuentra en suspenso desde el 26 de febrero de 2018 según se desprende de la certificación de marca visible a folio 309 del expediente principal.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hechos probados los siguientes:

1.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita la marca de fábrica y comercio **KTM RACING**, registro 269252, presentada para su inscripción el 17 de marzo de 2016, inscrita el 13 de marzo de 2018 y vigente hasta el 13 de marzo de 2028, a nombre de la señora María Luisa Azofeifa González para proteger y distinguir en clase 18: baúles y maletas (certificación visible a folios 306 y 307 del expediente principal).

2.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita a nombre de la empresa **KTM AG**, la marca de fábrica y servicios **KTM**, bajo el registro 256538, presentada para su inscripción el 23 de mayo de 2016, inscrita el 27 de octubre de 2016, y vigente hasta el 27 de octubre de 2026, para proteger y distinguir en clases 7, 9, 12, 37 y 41 de la nomenclatura internacional los siguientes productos y servicios: **Clase 7:** radiadores (refrigerante) para motores y motores para vehículos automotrices. **Clase 9:** prendas de protección para motociclistas, incluyendo guantes protectores, zapatos, cascos y protectores (rodilleras, coderas y cinturones de riñón), lentes antirreflejo, lentes de sol, aparatos para la grabación, transmisión o reproducción de sonidos o imágenes, aparatos de señalización, dispositivos de manos libres y aparatos para la comunicación. **Clase 12:** bicicletas, motocicletas, motocicletas pequeñas, scooters a motor, ciclomotores y todas las partes y accesorios para estos, a saber, motores para vehículos terrestres, sillas de bicicleta y motocicletas, llantas, ruedas, aros, pastillas de freno, discos de freno, cubiertas, molduras, portaequipajes, cestas, mochilas para botellas, maletines para motocicletas, soportes, guardafangos, spoilers, secciones traseras, espejos, portaplacas, tapones para tanques de combustible, tanques, cadenas, ventiladores y cilindros para motores, silenciadores, tubos de escape, asientos, culatas, tapas de encendido, vehículos motorizados, tales como doble eje o multieje, incluyendo vehículos off-road (vehículos todo terreno, cuatrimotos, vehículos y partes de los

mismos, pequeñas bicicletas de motor, motocicletas, motocicletas livianas, bicicletas a pedal, vehículos y bicicletas eléctricos de dos llantas (eGnition), bicicletas de entrenamiento y bicicletas para niños, cobertores de asiento para vehículos motorizados, cobertores de asiento para bicicletas y motocicletas. **Clase 37:** servicios de mantenimiento y reparación de vehículos a motor, reparación de motores de vehículos y partes de los mismos. **Clase 41:** servicios de entretenimiento, deportes y actividades culturales (certificación visible a folio 308 del expediente principal).

3.- Que el 17 de enero de 2018 la empresa **KTM AG** presentó la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio **KTM**, en clase 25 de la nomenclatura internacional, para la protección de: vestimenta, en particular, camisas, camisetas, sudaderas, chaquetas, sacos, jumpers, camisas, chaquetas de capuchas, pantalones, overol, guantes, guantes para motocicletas, vestimenta para motocicletas (comprendidos en la clase), ropa interior, medias, calzado, en particular vestimenta para bebés y niños, baberos, calzado casual, sandalias, botas de caucho, gorras, gorritos (artículos de sombrerería) y bandanas (pañoletas), cinturones (vestimenta), que según la lista de eventos esta solicitud se encuentra en suspenso desde el 26 de febrero de 2018 (certificación visible a folio 309 del expediente principal).

4.- Que la empresa proponente de la acción de nulidad KTM AG demuestra que su marca KTM es notoria.

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. SOBRE LA ADMISIBILIDAD DE LA PRUEBA. La prueba documental aportada por el representante de KTM AG, la cual se detalla a folios 4 vuelto y 5 del expediente principal y consta a folios 6 a 284 del mismo expediente, cumple con los

requisitos establecidos en la legislación correspondiente por lo que se admite para su valoración.

QUINTO. CONTROL DE LEGALIDAD. 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.

Se observa que la señora María Luisa Azofeifa González, titular de la marca KTM Racing, en clase 18 fue notificada de la presente acción de nulidad mediante edicto publicado por tres veces consecutivas en el Diario Oficial La Gaceta, en atención al principio de debido proceso.

SEXTO. SOBRE EL FONDO. LA ACCIÓN DE NULIDAD. La ley de marcas y otros signos distintivos, 7978, establece dos procedimientos mediante los cuales se puede perder la titularidad de un signo distintivo. Así, el numeral 37 de la citada ley regula la nulidad del registro, la cual será declarada por el Registro de la Propiedad Industrial, a solicitud de cualquier persona con interés legítimo o de oficio, siempre que se garanticen los principios del debido proceso. Este artículo 37 regula la figura de la nulidad del registro para aquellos casos que se contemplan en las prohibiciones del artículo 7, marcas inadmisibles por razones intrínsecas (nulidad absoluta), o del artículo 8, marcas inadmisibles por derechos de terceros (nulidad relativa); por otro lado, los artículos 38 y 39 del mismo cuerpo legal, regulan lo concerniente a la cancelación de registro, ya sea por generalización de la marca, o por falta de uso.

La acción de nulidad prescribe a los cuatro años, contados desde la fecha de otorgamiento del registro. No obstante, tratándose de una marca notoria, si bien es cierto, se encuentra contemplada como una de las prohibiciones establecidas en el artículo 8 de la ley actual, es lo cierto, que el plazo de prescripción para solicitar la nulidad se regirá por lo dispuesto en el

artículo 6 bis del Convenio de París, es decir, cinco años, salvo cuando se compruebe la mala fe, situación en la que la acción de nulidad puede interponerse en cualquier momento. En este sentido la Procuraduría General de la República concluyó:

[...] al encontrarse debidamente aprobado el Convenio de París -de lo cual ya se ha insistido a lo largo de este estudio y en el mismo estudio legal- su articulado y en particular el numeral 6 bis, resulta de plena aplicación en el ordenamiento costarricense, con rango superior a la Ley ordinaria. Ergo, al existir discordancia entre el plazo de 4 años establecido en la Ley 7978 y el de 5 previsto como mínimo en el Convenio de París, para los casos de buena fe - cuyo cómputo en ambos inicia a partir de la fecha de registro de la marca prevalece este último plano no sólo por razones de orden jerárquico, sino también de especialidad. Siendo que, en los supuestos de mala fe, la acción de nulidad es imprescriptible. (Dictamen No. C- 041-2001, del 20 de marzo del 2001).

Partiendo de lo anterior y tomando en consideración la documentación que consta en el expediente, se ha demostrado que el distintivo marcario KTM RACING registro 269252, que se pretende anular y cuyo titular es la señora María Luisa Azofeifa González, se inscribió el **13 de marzo de 2018** y su solicitud de nulidad se presentó el **9 de agosto de 2018**, sea, dentro del plazo establecido en el Convenio de París, por encontrarnos frente a una marca notoria por las razones que se expondrán.

Indicado lo anterior, y en virtud de que la representación de la empresa solicitante **KTM AG**, en sus agravios hace alusión que la marca de su representada **KTM** goza de reconocido prestigio nacional y mundial, estima importante este órgano de alzada, referirse a la protección de las marcas notorias.

Al respecto y de conformidad con los artículos 44 y 45 de la Ley 7978, quien pretenda la declaración de notoriedad de su marca tiene el deber jurídico de probar tal condición. No basta el decir del interesado, ni siquiera la existencia reconocida de la marca a nivel nacional e internacional; lo anterior porque el numeral 45 ciñe al juzgador y señala que para determinar si una marca es notoriamente conocida, se deberán tener en cuenta, entre otros, los siguientes criterios: a) la extensión de su conocimiento por el sector pertinente del público, como signo distintivo de los productos o servicios para los que fue acordada; b) la intensidad y el ámbito de difusión y publicidad o promoción de la marca; c) la antigüedad de la marca y su uso constante; d) el análisis de producción y mercadeo de los productos que la marca distingue. De este modo no basta que el interesado o solicitante se limite a comprobar fehacientemente la extensión del conocimiento por el sector pertinente del público, porque en nuestro sistema legal debería comprobar además y concurrentemente la intensidad, la difusión, la publicidad, la antigüedad de la marca, su uso constante, y presentar también el análisis de producción y mercadeo de los productos o servicios que la marca distingue. A lo anterior debe añadirse, por imperativo legal, la especificación realizada a través del ordinal 31 del Reglamento de la Ley de marcas, según el cual, de acuerdo con lo indicado en el inciso a) del numeral 45 de la ley citada, debe entenderse como sectores pertinentes para poder determinar la notoriedad de una marca, entre otros, cualquiera de los siguientes: a) los consumidores reales y/o potenciales del tipo de productos o servicios, a los que aplica la marca; b) las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplica la marca; o c) los círculos empresariales o comerciales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplica la marca.

Entonces, dentro del marco de legalidad costarricense, el interesado en requerir la notoriedad de una marca debe tomar en consideración los aspectos mencionados por la Ley de marcas y su reglamento, a los efectos de **generar el tipo de prueba relevante, suficiente e idónea**

que permita comprobar a un tribunal la situación fáctica de notoriedad de la marca, para poder subsumirla en la relacionada previsión normativa; y en ese caso, entonces sí, el juzgador deberá concluir -valorando o ponderando la prueba bajo la sana crítica, de acuerdo con el artículo 82 inciso 4) del Código Procesal Contencioso Administrativo- que efectivamente la marca es notoria, porque cumple todas las previsiones normativas de los artículos 44 y 45 de la Ley de marcas, y al menos una de las especificaciones del ordinal 31 del reglamento de esta ley.

En relación con lo expuesto, sostiene Lobato: "en definitiva, nos hallamos ante una cuestión estrechamente ligada al caso concreto y que es refractaria al encorsetamiento legislativo." (Lobato, Manuel. *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*. 2a edición, editorial Aranzadi S.A., Pamplona, España, 2007, pp. 340-341).

Además, en nuestro ordenamiento, el referido encorsetamiento legislativo se extiende a la obligación legal de probar la notoriedad, cuando el párrafo final del numeral 44 de la ley de citas dispone que, para los efectos de demostrar la notoriedad de la marca, podrán emplearse todos los medios probatorios; ergo, existe carga probatoria que radica en quien requiere la existencia de tal notoriedad.

En este sentido señala el mismo autor citado:

En el contexto internacional la marca notoria ha sido objeto de particular atención por la OMPI, en cuyo seno se ha adoptado una Recomendación no vinculante para los Estados y Organizaciones Internacionales parte de la Asamblea de la Unión de París y de la Asamblea General de la OMPI que establece unos criterios de carácter orientativo para la evaluación de la notoriedad. Se trata de la Recomendación conjunta relativa a las disposiciones sobre la protección de las marcas notoriamente conocidas aprobada por la Asamblea de la Unión de París y por la Asamblea General

de la OMPI en la 34.a sesión de reuniones (20 a 29 de septiembre de 1999, en adelante Rec. OMPI). Dicha Recomendación establece que "a la hora de determinar si una marca es notoriamente conocida, la autoridad competente tomará en consideración cualquier circunstancia de la que pueda inferirse que la marca es notoriamente conocida" (art. 2.1.a) Rec. OMPI). Este criterio general es pormenorizado, señalando en la letra b): "En particular la autoridad competente considerará la información que se le someta en relación con los factores de los que pueda inferirse que la marca es o no notoriamente conocida, incluida, aunque sin limitarse a ella, la información relativa a lo siguiente: 1. el grado de conocimiento o reconocimiento de la marca en el sector pertinente del público; 2. la duración, la magnitud y el alcance geográfico de cualquier utilización de la marca; 3. la duración, la magnitud y el alcance geográfico de cualquier promoción de la marca, incluyendo la publicidad o la propaganda y presentación en ferias o exposiciones de los productos o servicios a los que se aplique la marca; 4. la duración y el alcance geográfico de cualquier registro, y/o cualquier solicitud de registro de la marca, en la medida en que reflejen la utilización o el reconocimiento de la marca; 5. la constancia del ejercicio satisfactorio de los derechos sobre la marca, en particular, la medida en que la marca haya sido reconocida como notoriamente conocida por las autoridades competentes; 6. el valor asociado de la marca" (art. 2.1.b) Rec. OMPI). (Lobato, 2007, pp. 344-345).

Continúa enseñando la referida doctrina:

La Recomendación de la OMPI es más clara al determinar este aspecto que en el ámbito objetivo y geográfico. De acuerdo con el artículo 2.2 (rubricado *sector* pertinente del público): "a) Los sectores pertinentes del público abarcarán, aunque no se limitarán necesariamente a: i) los consumidores reales y/o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique la marca; ii) las personas que participen

en los canales de distribución del tipo de productos o servicios a los que se aplique la marca; iii) los círculos comerciales que se ocupen del tipo de productos o servicios a los que se aplique la marca. b) Cuando se determine que una marca es notoriamente conocida al menos por un sector pertinente del público en un Estado miembro, la marca será considerada notoriamente conocida por el Estado miembro. c) Cuando se determine que una marca es conocida al menos por un sector pertinente del público en un Estado miembro, la marca podrá ser considerada notoriamente conocida por el Estado miembro. d) Un Estado miembro podrá determinar que una marca es notoriamente conocida, aun cuando la marca no sea notoriamente conocida o, si los Estados miembros aplican el apartado c), conocida por cualquier sector pertinente del público del Estado miembro. (Lobato, 2007, p. 346).

Resulta entonces que el párrafo 2) del ordinal 44 de la Ley de marcas remite a la Recomendación Conjunta 833 de la Organización Mundial de la Propiedad Industrial, por ello, el juzgador costarricense continúa encorsetado por la necesaria comprobación, vía prueba relevante, suficiente e idónea, de todos los criterios referidos en el numeral 45 de tal ley, y al menos uno de los sectores pertinentes señalados en el artículo 31 del Reglamento de la Ley de marcas.

De todo lo anterior se desprende que cuando se pretende el reconocimiento de la notoriedad de un signo marcario, es necesario que su titular aporte todos los elementos probatorios que así lo demuestren, a efecto de que así sea declarada por la autoridad correspondiente.

Partiendo de lo expuesto anteriormente, se observa que en el presente asunto la empresa **KTM AG**, dentro de sus agravios argumenta que su marca “**KTM**”, es reconocida nacional e internacionalmente para la distribución y comercialización de vehículos de locomoción terrestres, en especial motocicletas. Asimismo, señala que fabrica, distribuye y comercializa

productos relacionados, como prendas de vestir, y en especial, las prendas de vestir para motociclistas, tales como camisetas, chaquetas, guantes, calzado, gorras, artículos de cuero e imitaciones de cuero, en particular bolsos de asiento para bicicletas, mochilas deportivas, coala deportivo, monederos, porta licencias, mochilas para motocicletas, maletas, bolsos de viaje, paraguas y sombrillas, etcétera.

Bajo este entendimiento y siguiendo los criterios para reconocer la notoriedad, establecidos en el artículo 45 de la Ley de marcas y otros signos distintivos y en la Recomendación Conjunta relativa a las disposiciones sobre la protección de las marcas notoriamente conocidas, se determina que la empresa solicitante presentó prueba idónea y útil para demostrar la notoriedad de su marca **KTM**, en los términos que adelante se indican.

Consta en el expediente que la representación de la empresa solicitante de la nulidad **KTM AG**, aportó copias certificadas y apostilladas de los siguientes registros:

i. KTM, registro peruano **00158558**, de 2 de octubre de 2009, protege en **clase 25**: prendas de vestir, en particular camisetas de manga corta, polos, sudaderas, cazadoras, chaquetas, pulóveres, camisas, parkas, pantalones, monos (overoles), guantes (vestimenta), guantes para motociclistas, prendas de vestir para motociclistas (comprendidas en esta clase), ropa interior, calcetines (folio 22 vuelto del expediente principal).

ii. KTM, registro venezolano **P321835**, de 19 de octubre de 2012, protege en **clase 18**: productos de cuero y de imitaciones del cuero, en particular alforjas (marroquinería), bolsas de deporte riñoneras, billeteras, paraguas, sombrillas, mochilas, bolso, bolsos de viaje (folios 23 a 26 vuelto del expediente principal).

iii. **KTM**, registro argentino **2.284,674**, de 28 de abril de 2009, en **clase 25** (folios 27 a 30 del expediente principal).

iv. **KTM** registro de la Unión Europea **000002931**, de 3 de noviembre de 1998, en clases 7, 12, 14, 18, 25, y 37, protege los siguientes productos y servicios: en **clase 7**, radiadores de refrigeración para motores de automóviles; en **clase 12**, bicicletas, motocicletas, escúteres, velamotores, motores para vehículos terrestres, sillines de bicicleta y motocicleta; en **clase 14**, llaveras; en **clase 18**, alforjas y fundas de sillín para bicicletas y motocicletas, bolsas de deporte, bolsas riñoneras y faja riñoneras, monederos y estuches de carnet de conducir, todos estos productos de cuero o imitaciones de cuero, paraguas, sombrillas; en **clase 25**, ropa de deporte, y en **clase 37**, conservación y reparación de automóviles (folios 32 a 37 del expediente principal).

v. **KTM**, registro costarricense **256538**, marca de fábrica y servicios inscrita el 27 de octubre de 2016, protege en clases 7, 9, 12, 37 y 41, los siguientes productos y servicios: **Clase 7:** radiadores (refrigerante) para motores y motores para vehículos automotrices. **Clase 9:** prendas de protección para motociclistas, incluyendo guantes protectores, zapatos, cascos y protectores (rodilleras, coderas y cinturones de riñón), lentes antirreflejo, lentes de sol, aparatos para la grabación, transmisión o reproducción de sonidos o imágenes, aparatos de señalización, dispositivos de manos libres y aparatos para la comunicación. **Clase 12:** bicicletas, motocicletas, motocicletas pequeñas, scooters a motor, ciclomotores y todas las partes y accesorios para estos, a saber, motores para vehículos terrestres, sillas de bicicleta y motocicletas, llantas, ruedas, aros, pastillas de freno, discos de freno, cubiertas, molduras, portaequipajes, cestas, mochilas para botellas, maletines para motocicletas, soportes, guardafangos, spoilers, secciones traseras, espejos, portaplacas, tapones para tanques de combustible, tanques, cadenas, ventiladores y cilindros para motores, silenciadores, tubos de escape, asientos, culatas, tapas de encendido, vehículos motorizados, tales como doble eje o

multieje, incluyendo vehículos off-road (vehículos todo terreno, cuatrimotos, vehículos y partes de los mismos, pequeñas bicicletas de motor, motocicletas, motocicletas livianas, bicicletas a pedal, vehículos y bicicletas eléctricos de dos llantas (eGnition), bicicletas de entrenamiento y bicicletas para niños, cobertores de asiento para vehículos motorizados, cobertores de asiento para bicicletas y motocicletas. **Clase 37:** servicios de mantenimiento y reparación de vehículos a motor, reparación de motores de vehículos y partes de los mismos. **Clase 41:** servicios de entretenimiento, deportes y actividades culturales (folio 39 del expediente principal).

Esta prueba, demuestra que la empresa solicitante se ha preocupado por obtener la protección a nivel legal en los países mencionados, con anterioridad a la solicitud de registro de la marca **KTM RACING** (que se intenta anular), la cual como puede observarse a folio 306 del expediente principal, fue presentada al registro de la Propiedad Industrial el 17 de marzo de 2016, por lo que, respecto al registro más antiguo, se observa un lapso de aproximadamente 18 años.

La empresa solicitante también presenta copia certificada notarialmente y traducida oficialmente, de una presentación resumen de KTM Plan de Negocios 2015 de la empresa Made in Austria, S.A, visible a folios 92 a 130 del expediente principal, referentes a actividades relacionadas con los deportes motorizados en los que participa la marca KTM. En esta prueba consta como fecha de emisión septiembre de 2015 y a folios 115 y 127 se observa que Adrián Robert, campeón latinoamericano, y los también campeones nacionales Esteban Mora y Alejandro Fernández, han formado parte de la escudería de pilotos de KTM; con ello se demuestra la magnitud, promoción, conocimiento, así como el posicionamiento de la marca **KTM** en eventos de motocross, según lo preceptúan los incisos a) y b) del artículo 45 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, y artículos 2.1.b) incisos 2 y 3 de la Recomendación Conjunta.

Debe tenerse en cuenta, además, que con los datos históricos de la compañía KTM Sportsmotorcycle GmbH y los impresos de extractos de la cuenta de KTM AG se demostró la relación comercial entre las empresas extranjeras indicadas y pertenecientes al Grupo KTM, así como su relación con las empresas costarricenses que han distribuido o distribuyen la marca en Costa Rica: Distribuidora de repuestos europeos para motocicletas S.A. y Made in Austria S.A.

Por otra parte, constan en el expediente copias certificadas notarialmente de planes de mercadeo KTM Costa Rica Q.1 y Q.2 de 2015 y 2016 por parte de la empresa Made in Austria S.A., visibles a folios 132 a 256 del expediente principal. Este plan refiere a material publicitario de eventos deportivos de motocicletas. Dentro de la prueba aportada, puede constatarse a folio 133 del expediente principal una publicación del diario La República de 10 de febrero de 2016, mediante el cual se promociona la marca KTM, en virtud de su nuevo concesionario perteneciente al Grupo Bavarian Motors. Nótese que el dependiente que está en la sala de exhibición de motocicletas tiene impreso en su camisa las letras KTM, que representan la marca en discusión y que debajo del título de la noticia se observa la fecha 24 de noviembre de 2015. En folio 133 vuelto, se determina que el piloto de motocross Alejandro Fernández, forma parte de la escudería KTM. En folios 136, 152 vuelto, 153, 155 vuelto, 209, 210 y 212 se encuentra información promocional de la marca KTM: Expomóvil del 3 al 13 de marzo de 2016 (folios 137 a 139), eventos/shows X-NIGHTS, en la que participa la marca KTM (folios 139 vuelto a 141 vuelto), páginas de Facebook donde se publicita la marca KTM (folios 144 vuelto a 146 vuelto), publicidad KTM (folio 148 vuelto), diseño de camioneta KTM Racing (folio 157), facturas relativas a pautas y material publicitario (folios 162 a 180), entre este material consta factura comercial de 6 camisas KTM (folio 168) y 4 blusas KTM (folio 169); exhibición de la marca KTM-Cosevi (folio 201 vuelto), publicidad digital de la marca KTM-motocicletas KTM RC 200 (folio 205), una serie de fotografías incorporadas en toda la prueba aportada, en la que se observa la publicidad de

la marca KTM. La prueba mencionada contribuye sin duda al posicionamiento y extensión del conocimiento por el sector pertinente del público, y demuestra la intensidad y el ámbito de difusión, publicidad y promoción de la marca KTM, así como también se determina su antigüedad y uso constante, criterios establecidos en los incisos a), b) y c) del artículo 45 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, y en el artículo 2.1.b) incisos 3 y 5, de la Recomendación Conjunta.

La empresa solicitante y a su vez apelante, aporta también un cuadro de ventas totales de la marca KTM en Costa Rica de los años 2013, 2014, 2015 y 2016, con fecha 13 de diciembre de 2016, firmado por el señor Viktor Sigl en su calidad de miembro de la Junta Directiva de KTM AG, autenticados notarialmente con apostilla y con traducciones oficiales y notariales, visible a folios 258 y 261 del expediente principal, los cuales reflejan la comercialización y posicionamiento de sus productos en el mercado. Obsérvese que dentro del listado de ventas se encuentran productos tales como piezas de repuesto, partes de poder/accesorios HQV, ropa de poder/ropa HQV, material promocional, sistema de tiendas y PG&A, estas últimas que corresponden a las siglas en inglés de “partes, vestimenta y accesorios” según búsqueda realizada en la siguiente dirección electrónica: <https://solomoto.es/nace-pga-de-ktm/#:~:text=El%20fabricante%20de%20motos%20austriaco,Parts%2C%20Garments%20and%20Accesories>). Este cuadro muestra que la empresa KTM AG tuvo en Costa Rica ventas totales netas anuales de ropa de poder y prendas de vestir en el año 2013 por la suma de \$14.390, 43, en el año 2014 por la suma de \$ 8757,29, en el año 2015 por la suma de \$27.740,04 y en el año 2016 por la suma de \$71.697, 82; y respecto a PG&A en el año 2013 por la suma de \$137.774.14, en el año 2014 por la suma de \$ 87.945,70, en el año 2015 por la suma de \$181.251,20 y en el año 2016 por la suma de \$269.346,63.

Como puede apreciarse, en el cuadro de ventas se evidencia tanto la venta de ropa o vestimenta como de accesorios. Además, refleja que se ha extendido al público consumidor del sector pertinente los productos que se identifican con la marca **KTM**, y que han sido puestos en el mercado, lo que significa que ha habido constancia en el ejercicio satisfactorio de los derechos sobre la marca, criterios establecidos en el artículo 45 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, y en el artículo 2.1.b) incisos 3 y 5 de la Recomendación Conjunta.

La representación de la empresa accionante aporta también como prueba un documento denominado JET-KTM PROMO MASIVA, certificado notarialmente, apostillado y traducido oficialmente, donde a folios 266 a 284, se observa publicidad digital realizada con relación a la marca **KTM**, y a folios 271 y 272 del expediente principal, se observa la promoción de la marca **KTM**, en la que se puede también observar al piloto Adrián Robert, luciendo ropa de poder de la marca mencionada, con esto se logra constatar la publicidad, así como el período que esta comprende, la que indica que es válida del 18 de noviembre de 2013 al 7 de febrero del 2014, y con ello se logra constatar la constancia del ejercicio satisfactorio de los derechos sobre la marca **KTM**, criterios establecidos en los incisos a), b) y c) del artículo 45 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, y el artículo 2.1.b) incisos 3 y 5 de la Recomendación Conjunta.

En virtud de la prueba examinada considera este Tribunal que el presente asunto se configura dentro de lo estipulado en el artículo 45 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, y la Recomendación Conjunta relativa a las disposiciones sobre la protección de las marcas notoriamente conocidas, esto en virtud de haber sido demostrada la extensión de su conocimiento, ámbito de difusión, publicidad y promoción de la marca, la antigüedad y su uso constante en el mercado, así como el mercadeo de sus productos; por ello este Tribunal declara notoria la marca “**KTM**”, propiedad de la empresa **KTM AG**, en clases 9, 12, 25 y 41 dado que logra acreditar que se ha extendido al público el conocimiento de los productos

registrados y estos han sido puestos en el mercado satisfactoriamente, situación que obliga a reforzar la protección de la marca frente a aquellas que pretendan aprovecharse de la reputación adquirida en el mercado.

SÉTIMO. COTEJO DE LOS SIGNOS EN PUGNA. Declarada la condición de notoriedad del signo “**KTM**” de la empresa **KTM AG**, debe este Tribunal avocar su análisis a determinar si el signo cuya nulidad se pretende “**KTM RACING**”, es igual o similar a la marca que fue definida con anterioridad como notoria.

Según el artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas y otros signos distintivos, las reglas para realizar el cotejo entre signos marcarios refieren al examen gráfico, fonético e ideológico, así como al análisis de los productos o servicios que se pretenden distinguir. Este numeral establece en el inciso 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.”

Precisamente, las reglas establecidas en esta norma persiguen evitar la confusión del consumidor al momento de elegir sus productos o servicios, y, por otro, hacer prevalecer los derechos fundamentales del titular de una marca, en este caso de una marca notoria, a fin de evitar toda posibilidad de confusión o un aprovechamiento injusto como lo prescribe el inciso g) transcrito, en concordancia con el artículo 8 inciso e) de la ley citada el cual dispone que ningún signo podrá ser registrado:

- e) Si el signo constituye una reproducción, imitación, traducción o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido en cualquier Estado contratante del Convenio de París por el sector pertinente del público, en los círculos empresariales pertinentes o en el comercio internacional, y que pertenezca a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los cuales tal signo se

aplique, cuando su uso resulte susceptible de confundir o conlleve un riesgo de asociación con ese tercero o un aprovechamiento injusto de la notoriedad del signo.

Partiendo de lo anterior, se observa que la marca de fábrica y de servicios **KTM**, registro **256538**, presentada para su inscripción por la empresa **KTM AG** el 23 de mayo de 2016, inscrita el 27 de octubre de 2016 y vigente hasta el 27 de octubre de 2026, en clases 7, 9, 12, 37 y 41 de la nomenclatura internacional, protege los siguientes productos y servicios: **Clase 7:** radiadores (refrigerante) para motores y motores para vehículos automotrices. **Clase 9:** prendas de protección para motociclistas, incluyendo guantes protectores, zapatos, cascos y protectores (rodilleras, coderas y cinturones de riñón), lentes antirreflejo, lentes de sol, aparatos para la grabación, transmisión o reproducción de sonidos o imágenes, aparatos de señalización, dispositivos de manos libres y aparatos para la comunicación. **Clase 12:** bicicletas, motocicletas, motocicletas pequeñas, scooters a motor, ciclomotores y todas las partes y accesorios para estos, a saber, motores para vehículos terrestres, sillas de bicicleta y motocicletas, llantas, ruedas, aros, pastillas de freno, discos de freno, cubiertas, molduras, portaequipajes, cestas, mochilas para botellas, maletines para motocicletas, soportes, guardafangos, spoilers, secciones traseras, espejos, portaplacas, tapones para tanques de combustible, tanques, cadenas, ventiladores y cilindros para motores, silenciadores, tubos de escape, asientos, culatas, tapas de encendido, vehículos motorizados, tales como doble eje o multieje, incluyendo vehículos off-road (vehículos todo terreno, cuatrimotos, vehículos y partes de los mismos, pequeñas bicicletas de motor, motocicletas, motocicletas livianas, bicicletas a pedal, vehículos y bicicletas eléctricos de dos llantas (eGnition), bicicletas de entrenamiento y bicicletas para niños, cobertores de asiento para vehículos motorizados, cobertores de asiento para bicicletas y motocicletas. **Clase 37:** servicios de mantenimiento y reparación de vehículos a motor, reparación de motores de vehículos y partes de los mismos. **Clase 41:** servicios de entretenimiento, deportes y actividades culturales (certificación

visible a folio 308 vuelto del expediente principal); corresponde a una marca denominativa formada por las letras **KTM**

Por otra parte, la marca de fábrica y comercio solicitada **KTM**, que se encuentra en suspenso, fue presentada para su inscripción el 17 de enero de 2018 por la empresa **KTM AG**, en **clase 25** de la nomenclatura internacional (folio 309 vuelto del expediente principal), para proteger: vestimenta, en particular, camisas, camisetas, sudaderas, chaquetas, sacos, jumpers, camisas, chaquetas de capucha, pantalones, overol, guantes, guantes para motocicletas, vestimenta para motocicletas (comprendidos en la clase), ropa interior, medias, calzado, en particular vestimenta para bebés y niños, baberos, calzado casual, sandalias, botas de caucho, gorras, gorritos (artículos de sombrerería) y bandanas (pañoletas), cinturones (vestimenta); se trata de un signo denominativo, representado por las letras **KTM**.

Finalmente, la marca de fábrica y comercio **KTM RACING**, registro **269252**, presentada para su inscripción el 17 de marzo de 2016, e inscrita el 13 de marzo de 2018, vigente hasta el 13 de marzo de 2028, cuya nulidad se pretende, propiedad de la señora María Luisa Azofeifa González (folios 306 y 307 del expediente principal), protege en **clase 18** de la nomenclatura internacional: baúles y maletas, es una marca denominativa compuesta de las letras **KTM** y la palabra **RACING**, esta última traducida del idioma inglés al español significa carreras.

Así las cosas, se observa que el signo inscrito **KTM RACING**, registro **269252**, propiedad de la señora María Luisa Azofeifa González y cuya nulidad se pretende, desde los puntos de vista gráfico y fonético presentan semejanza con la marca **KTM**, en tanto reproduce en su totalidad la parte denominativa de la marca declarada notoria, pues el elemento **RACING** no le aporta diferencia al conjunto marcario y además hace referencia indirecta a los productos y servicios protegidos por el signo propiedad de **KTM AG** cuya notoriedad ha sido

demostrada. Esta identidad no puede pasar desapercibida porque la marca de la empresa solicitante de la nulidad goza del estatus de notoriedad y se le debe realizar una protección reforzada. En el contexto ideológico, no es posible obviar que al compartir los signos la misma palabra **KTM** evoca una misma idea en la mente del consumidor, lo que podría llevarlo a asociar la marca **KTM RACING** con la marca notoria **KTM**, incluso lo llevaría a pensar que las marcas provienen de un mismo origen empresarial.

Del análisis realizado se observa que los signos bajo examen son semejantes gráfica, fonética e ideológicamente, similitud que no se puede pasar por alto, debido a la notoriedad del signo propiedad de la empresa solicitante de la nulidad **KTM AG**.

Ahora bien, cuando existe algún tipo de identidad o similitud entre los signos, máxime si una de las marcas en conflicto goza de la condición de notoria, la ley obliga al operador jurídico a aplicar el artículo 8 inciso e) de la Ley de marcas y el artículo 24 inciso g) de su reglamento, a efecto de determinar si el signo pedido o cuya nulidad se pretende es claro y diferenciable de la marca notoria, ello, con el fin de evitar un aprovechamiento injusto de la notoriedad del signo. Para el caso bajo examen, obsérvese que la marca que se pretende anular **KTM RACING**, distingue, en **clase 18** de la nomenclatura internacional: **baúles y maletas**, y la marca inscrita **KTM**, protege en clases **7, 9, 12, 37 y 41** de la nomenclatura internacional, productos y servicios relacionados con vehículos automotrices, prendas de protección para motocicletas, motocicletas, motocicletas pequeñas, scooters, y todas las partes y accesorios para estos; dentro de esos accesorios se encuentran, entre otros, **portaequipajes, cestas, mochilas para botellas, maletines para motocicletas**, etcétera, servicios de mantenimiento y reparación de vehículos a motor, reparación de motores de vehículos y sus partes, servicios de entretenimiento, deportes, actividades culturales.

Bajo el entendimiento del artículo 8 inciso e) y 24 inciso g) citados, se debe analizar los signos partiendo del riesgo de confusión o asociación. En el presente caso, es posible determinar que la lista de productos de la marca por anular: **KTM RACING**, y los productos de la marca inscrita **KTM**, registro **256538**, en clase 12 de la nomenclatura internacional, se encuentran relacionados. Los productos que ampara la marca **KTM RACING** (baúles y maletas) en clase 18 de la nomenclatura internacional, son productos accesorios para la rama de motocicletas; además, obsérvese que dentro de la lista de productos protegidos por **KTM** en la clase 12 de la nomenclatura internacional, incluye portaequipaje y maletines, productos relacionados con los que contiene la clase 18 mencionada; en este mismo sentido, debe considerarse que según el Diccionario de la lengua española, una de las acepciones de la palabra baúl es maletero del automóvil, lo cual coincide con los portaequipajes protegidos por **KTM AG**. Asimismo, los productos de la marca que se quiere anular y los productos de la marca solicitada **KTM**, clase 25 de la nomenclatura internacional, también se relacionan entre sí, en tanto los baúles y maletas son accesorios a la vestimenta, los cuales pretende amparar la marca **KTM**, en clase 25, por lo que los consumidores podrían asociar que los productos distinguidos por el signo **KTM RACING**, tienen el mismo origen empresarial que las marcas **KTM**, propiedad de la empresa **KTM AG**, la cual fue declarada notoria.

Partiendo de lo antes expuesto, y tomando en cuenta que la marca **KTM** es notoria, ello establece la posibilidad de que el consumidor establezca un vínculo entre ambas marcas, en este sentido un tipo de riesgo de confusión en cuanto al origen o asociación empresarial. Es así como por el carácter notorio de las marcas **KTM**, en este caso se debe prohibir la utilización de signos similares, que puedan llevar al consumidor a error o confusión, así como de asociación empresarial.

En importante señalar que el artículo 44 de la Ley de marcas pretende proteger “...el derecho de evitar el aprovechamiento indebido de la notoriedad de la marca, la disminución de su

fuerza distintiva o su valor, comercial o publicitario, por parte de terceros que carezcan de derecho” (el subrayado no es del original), ello en concordancia con el inciso g) del artículo 24 del reglamento citado.

El carácter notorio de la marca **KTM** se logra determinar por la concurrencia de distintos factores: antigüedad, publicidad, mercadeo, calidad, permanencia en el mercado; es decir la notoriedad no surge de forma espontánea, sino de los factores mencionados, por lo que la labor de los titulares de marcas notorias merece protección; permitir que un tercero utilice un signo similar o idéntico para productos iguales o relacionados, sería permitir el aprovechamiento injusto de todo el camino que ha realizado la empresa titular de la marca **KTM** para constituirse en una marca notoria, tal y como ocurriría en el presente caso con el hecho de aceptar la coexistencia en el comercio de la marca de fábrica y comercio **KTM RACING**, para productos de la clase 18 de la nomenclatura internacional, los cuales se encuentran íntimamente relacionados con los productos de la marca inscrita y solicitada **KTM**, en clases 12 y 25 de la nomenclatura internacional.

Del análisis anterior, se observa que la marca que se pretende anular **KTM RACING**, incurre en las prohibiciones de los artículos 8 inciso e) y 44 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, así como del artículo 24 inciso g) de su reglamento, por tratarse de una reproducción de la marca **KTM** declarada notoria.

OCTAVO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. De los argumentos, citas normativas y doctrina expuestas estima este Tribunal que lo procedente es declarar con lugar el recurso de apelación planteado por el abogado Luis Esteban Hernández Brenes, en su condición de apoderado para propiedad intelectual de la empresa **KTM AG**, contra la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 15:46:14 horas del 27 de agosto de 2019, la que en este acto se revoca para que se declare la notoriedad de la marca

KTM, en las clases 9, 12, 25 y 41, propiedad de la empresa **KTM AG**. Asimismo, se acoge la solicitud de nulidad presentada en contra del registro **269252** correspondiente a la marca **KTM RACING**, en clase 18 de la nomenclatura internacional, propiedad de la señora María Luisa Azofeifa González.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones, y citas normativas expuestas, se declara **con lugar** el recurso de apelación planteado por el abogado Luis Esteban Hernández Brenes, en su condición de apoderado para propiedad intelectual de la empresa KTM AG, contra la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 15:46:14 horas del 27 de agosto de 2019, la que en este acto **se revoca** y se declara la notoriedad de la marca KTM, en las clases 9, 12, 25 y 41, propiedad de la empresa KTM AG. Asimismo, **se acoge la solicitud de nulidad** presentada en contra del registro 269252 correspondiente a la marca KTM RACING, en clase 18 de la nomenclatura internacional, que protege baúles y maletas, propiedad de la señora María Luisa Azofeifa González. Por no existir ulterior recurso contra esta resolución, de conformidad con los artículos 25 de la Ley 8039, de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, y 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo 35456-J del 30 de marzo 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.

NULIDAD DE LA MARCA REGISTRADA

TNR: 00.42.90.