

RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente N° 2015-0093-TRA-PI-100-17

Oposición a inscripción de la marca “*COCINERO DESDE 1932 (diseño)*”

MOLINOS IP, S.A., Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen 2014-7980)

Marcas y otros signos

VOTO N° 0306 -2017

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las quince horas con trece minutos del veintinueve de junio de dos mil diecisiete.

Conoce este Tribunal del recurso de apelación formulado por el licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, mayor, abogado, vecino de San José, con cédula de identidad 1-335-794, en representación de **MOLINOS IP, S.A.**, sociedad organizada y existente bajo las leyes de Suiza, con domicilio actual en 2 Rte. Du Simplon 16-Case Postale 29, Paudex, Suiza, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 14:15:51 horas del 20 de diciembre de 2016.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 17 de setiembre de 2014, el licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, de calidades y en la representación indicada, solicitó la inscripción de la marca “*COCINERO DESDE 1932 (diseño)*”, en clases 30 y 32 de la Clasificación Internacional, para proteger y distinguir, en **Clase 30**: “*jugo de limón como condimento*” y en **Clase 32**: “*jugo de limón como bebida*”.

SEGUNDO. Que mediante resolución dictada a las 12:02:33 horas del 11 de diciembre de

2014, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso rechazar parcialmente la marca propuesta en clase 30 y continuar con el trámite para la clase 32, la cual fue apelada por la solicitante.

TERCERO. Este Tribunal en el **Voto 900-2015** de las 13:35 horas del 10 de noviembre de 2015 confirmó lo resuelto por la Autoridad Registral y en consecuencia se continuó el trámite de este expediente respecto de la solicitud de registro de la marca “*COCINERO DESDE 1932 (diseño)*” para la clase 32.

CUARTO. Una vez publicados los edictos de ley en La Gaceta Nos. 137, 138 y 139, y transcurrido el término conferido en ellos, la licenciada Giselle Reuben Hatounian en representación de **GRUPO AGROINDUSTRIAL NUMAR, SOCIEDAD ANÓNIMA** presentó su oposición.

QUINTO. Que mediante resolución dictada a las 14:15:51 horas del 20 de diciembre de 2016, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso rechazar la marca propuesta por MOLINOS IP S.A.

SEXTO. Inconforme con lo resuelto el **licenciado Vargas Valenzuela**, en la representación dicha, recurrió la resolución indicada y en razón de ello conoce este Tribunal.

SÉTIMO. 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 nulidad o la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución previa las deliberaciones de rigor.

Redacta el juez Vargas Jiménez, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. HECHOS PROBADOS. Se tiene como único hecho probado de interés para la resolución de este proceso el siguiente:

I.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial, se encuentran inscritas a nombre de GRUPO AGROINDUSTRIAL NUMAR, SOCIEDAD ANÓNIMA, las siguientes marcas:

1.- “**COCINERO**” bajo el Registro **75434**, vigente desde el 30 de abril de 1991 y hasta el 30 de abril de 2021, para proteger y distinguir en clase 30: “*café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café, harinas y preparaciones hechas con cereales, pan, bizcochos, tortas, pastelería y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos para esponjar, sal, mostaza, pimientas, vinagres, salas (con excepción de salsas para ensalada), especias, hielo*” (folio 16 de legajo de apelación)

2.- “**COCINERO (diseño)**” bajo el Registro **216473**, vigente desde el 27 de febrero de 2012 y hasta el 27 de febrero de 2022, para proteger y distinguir en clase 30: “*café, todo tipo de café, té, todo tipo de té, cacao, chocolate, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café, harinas y preparaciones hechas a base de cereales, pan, bizcochos, tortas, productos de pastelería y confitería, helados comestibles, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos para hornear, esponjar, sal, mostaza, pimienta, aderezos, vinagre, salsas, especias, hielo, pastas alimenticias, condimentos y aderezos para ensaladas*” (folio 18 de legajo de apelación)

3.- “**COCINERO**” bajo el Registro **186283**, vigente desde el 6 de febrero de 2009 y hasta el 6 de febrero de 2019, para proteger y distinguir en clase 29: “*carne, pescado, aves y caza, extractos de carne, frutas y vegetales en conserva, congelados, secas y cocidas, gelatinas, mermeladas, compotas, huevos, leche y productos lácteos aceites y grasas comestibles, margarina, mantequilla, manteca, frijoles enteros enlatados y frijoles molidos enlatados, caldos, sopas*” (folio 20 de legajo de apelación)

SEGUNDO. HECHOS NO PROBADOS: Este Tribunal no encuentra alguno que resulte de interés para la resolución de este asunto.

TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. El Registro de la Propiedad Industrial, dispuso rechazar el registro de “*COCINERO DESDE 1932 (diseño)*”, con fundamento en el inciso a) del artículo 8 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos en concordancia con el artículo 24 de su Reglamento, porque al analizarlo respecto de los signos que contienen el denominativo “*COCINERO*” -cuyo titular es la empresa Grupo Agroindustrial NUMAR S.A.- resulta admisible la oposición presentada por esta última, ya que existe similitud entre ellos, lo cual puede provocar confusión y riesgo de asociación empresarial en el consumidor, dada la relación que muestran los productos a proteger con los que refieren las marcas inscritas.

Haciendo referencia a la resolución de rechazo parcial, dictada por la Subdirección del Registro de Propiedad Industrial a las 12:02:33 horas del 11 diciembre 2014 (folio 17 expediente principal), la apelante manifiesta que no se puede admitir que esa autoridad desdiga su propia resolución, en la cual ya había analizado en su totalidad la marca pretendida y, siendo que en ese momento realizó el estudio de registrabilidad, la denegó para la clase 30 y concluyó que no existe impedimento alguno para proseguir con su trámite en relación con la clase 32, a pesar de los signos inscritos por la opositora. Por ello no puede ahora el Registro declarar con lugar la oposición y denegar su solicitud con fundamento en los mismos elementos que tuvo a la hora de analizar la marca en clase 30. Agrega que la empresa opositora no posee ninguna marca inscrita en clase 32 que contenga el denominativo “*COCINERO*”, y por ello no le asiste derecho a la Oficina de Marcas para denegar su signo, volviendo a sopesar los mismos elementos que tuvo cuando analizó la marca en la resolución de rechazo de plano parcial, dictada el 11 de diciembre 2014. Asimismo, afirma que comparadas las listas de productos de las marcas inscritas por la opositora en clases 29, 30 y 31, se evidencia que ninguno de éstos coincide con lo que se desea proteger con su marca en clase 32, toda vez que una bebida de jugo de limón en nada se relaciona con las clases de las marcas inscritas por la opositora. Con fundamento en dichos alegatos, solicita a este Tribunal

revocar la resolución recurrida y se continúe con el trámite del registro propuesto.

CUARTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. Ya ha sostenido este Tribunal con anterioridad que, la calificación en materia marcaria -de conformidad con la Ley vigente-, exige por parte del Registrador correspondiente, primero, un **examen de forma** -según dispone el artículo 13- en el que se analiza si la solicitud cumple con lo dispuesto en el artículo 9 de dicha Ley, así como las disposiciones reglamentarias correspondientes. Para ello tendrá un plazo de quince días contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud. De no cumplirse alguno de los requisitos mencionados, el Registro notificará al solicitante para que subsane el error o la omisión, concediéndole para ello un plazo de quince días, a partir de la notificación correspondiente y bajo apercibimiento de considerar abandonada la solicitud.

En un segundo momento de la calificación, se requiere un **examen de fondo**, en el cual el Registro de la Propiedad Industrial examinará si la marca incurre en alguna de las prohibiciones previstas en los artículos 7 y 8 de la citada ley. Siendo que, en el caso sub examine, la marca esté comprendida en alguna de las prohibiciones referidas, el Registro notifica al solicitante, indicándole las objeciones que impiden su registro y le otorga un plazo de treinta días hábiles para que conteste.

Transcurrido el plazo señalado sin que el solicitante haya contestado, **o si aun habiendo respondido, el Registro estima que subsisten las objeciones planteadas, se denegará el registro mediante resolución fundamentada.** A lo anterior, se suma –**en la medida de lo aplicable a marcas-**, lo advertido por el ordinal 34 del Reglamento de Organización del Registro Público, según el cual, **la calificación es un control de legalidad**, y debe realizarse en los siguientes términos:

“La función calificadora consiste en realizar un examen previo y la verificación de los títulos que se presentan para su registración, con el objeto de que se registren

*únicamente los títulos válidos y perfectos, porque los asientos deben ser exactos y concordantes con la realidad jurídica que de ellos se desprende. **La calificación de los títulos consiste en el examen, censura, o comprobación que de la legalidad de los títulos presentados debe hacer el Registrador antes de proceder a la inscripción, con la facultad de suspender o denegar los que no se ajustan a las disposiciones de nuestro ordenamiento jurídico...***” (Cursiva, negrita y subrayado no son del original).

Por todo lo anterior, no es de recibo el agravio planteado por la apelante, respecto de la calificación realizada por la autoridad registral, porque en un primer momento el Registro realizó la calificación del signo de acuerdo a su marco de acción, y de oficio lo deniega parcialmente respecto de la clase 30, y decide continuar el examen para la clase 32, lo cual fue confirmado por este Órgano de Alzada en el Voto 990-20154 de las 13:35 horas del 10 de noviembre de 2015.

Posteriormente, al realizar el examen de registrabilidad para la clase 32, se autorizó la publicación de los edictos respectivos a efecto de poner en conocimiento de eventuales interesados la solicitud y es con motivo de ello que la empresa Grupo Agroindustrial NUMAR S.A. presenta su oposición, dado lo cual se procede a un análisis de la oposición, tomando en consideración los argumentos de ambas partes y, es de allí que el Registro llega a una conclusión apegada al bloque de legalidad, toda vez que, respecto de lo pretendido en clase 32 no se había concluido con el trámite correspondiente, ya que aún no se habían realizado las publicaciones.

También de larga data, este Tribunal ha venido sosteniendo, incluso prohijado por la doctrina marcaria que, el no poseer productos o servicios protegidos (inscritos) en una determinada clase internacional, no es óbice para que, realizando la calificación correspondiente, y especialmente cuando existe oposición, el Registro determine la presencia de inadmisibilidades por razones intrínsecas o por razones extrínsecas, porque la Ley Marcaria

tiene por objeto proteger, efectivamente, los derechos legítimos de los titulares de marcas, así como los efectos reflejos de los actos de competencia desleal que puedan causarse a los derechos e intereses legítimos de los consumidores (bloque de legalidad).

A lo anterior se adiciona que, el artículo 2 de la Ley Marcaria define la marca como cualquier signo o combinación de signos **que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra**. En este sentido, señala la doctrina que:

*“El carácter distintivo de la marca significa que el signo como tal y en términos absolutos es idóneo para distinguir los productos y servicios a que se refiere. El carácter distintivo dota al signo de un significado para el consumidor. De este modo, el consumidor recuerda la marca, **la identifica con un producto o servicio y la vincula con un origen empresarial determinado**... El carácter distintivo constituye un elemento clave en la definición de marca y sirve para excluir signos per se no aptos para constituir marca... la marca carece de carácter distintivo cuando no permite distinguir los productos o servicios de una empresa respecto de otras.”*

LOBATO (Manuel). Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas. 2ª edición, Thompson Civitas, Editorial Aranzadi S.A., Pamplona, España, 2007 (Negrita y subrayado no son del original).

Respecto de los fines de la Ley Marcaria y del requisito de distintividad que deben cumplir los signos sometidos a registro, se ha referido en forma reiterada este Tribunal, entre otros en el **Voto 005-2007** dictado a las 10:30 horas del 8 de enero de 2007, en el que se afirmó:

“...CUARTO: (...) Los objetivos que se plantea la Ley de Marcas están expresamente delimitados en el artículo primero de la Ley de Marcas que establece lo siguiente:

“... La presente ley tiene por objeto proteger, efectivamente, los derechos e intereses legítimos de los titulares de marcas y otros signos distintivos, **así como los efectos reflejos de los actos de competencia desleal que puedan causarse a los derechos e intereses legítimos de los consumidores.** Igualmente, pretende contribuir a la promoción de la innovación tecnológica y a la transferencia y difusión de la tecnología, en beneficio recíproco de productores y usuarios de los conocimientos tecnológicos, de modo que favorezcan el bienestar socioeconómicamente y el equilibrio de derechos y obligaciones.” (lo resaltado no es del original)

El contenido de este artículo ya fue analizado por este Tribunal, en el **Voto 36-2006 de las diez horas dieciséis de febrero de dos mil seis**; donde se dijo lo siguiente en lo que interesa:

“...Según el artículo primero de la Ley de marcas y otros Signos Distintivos, la protección derivada de la publicidad de los signos distintivos, **está enfocada en tres objetivos básicos** a saber: **a)** La protección de los titulares de las marcas, de manera que puedan hacer valer sus derechos a los efectos de posicionar con éxito un producto en el mercado, **librado de situaciones de competencia desleal** por parte de terceros que estén dispuestos a sacar provecho ilegítimo del esfuerzo ajeno, mediante el usufructo de un distintivo igual o similar, para productos iguales o semejantes dentro del mismo sector del mercado de que se trate u otro sector relacionado. **b) La protección del consumidor, que tiene el derecho de que su decisión de consumo, esté debidamente informada** a partir de una publicidad clara y fidedigna, para lo cual las marcas como signos distintivos,

facilitan la individualización de los diversos productos ofrecidos en el mercado; permitiendo al consumidor ser selectivo en aspectos tales como: precio, calidad, cantidad, entre otros aspectos. c) La promoción de la innovación tecnológica a favor de productores y usuarios, en el logro de un bienestar socioeconómico y el equilibrio de derechos y obligaciones.

En la búsqueda de los objetivos antes descritos, no cualquier signo puede acceder a la publicidad registral para obtener la protección que el ordenamiento jurídico otorga a tales derechos una vez inscritos; sino, solo aquellos que generen en su relación con el producto que pretende proteger y su efecto en los consumidores, suficiente **distintividad** respecto de otros productos de la misma especie y clase. Lo anterior garantiza una sana competencia entre productores de los mismos bienes o servicios; y **evitándose que el signo una vez inscrito como marca, cause confusión a los consumidores de la clase de bienes o servicios protegidos por la marca de que se trate...**” (lo resaltado no es del original)

Haciendo un análisis globalmente considerado de tales objetivos, se advierte que una función esencial de la marca es generar competencia en el mercado, lo cual logra por medio de una **regulación de la conducta de los productores de bienes y servicios**, de manera tal que esa competencia frente al consumidor no se realice de manera falseada (marcas confusas, engañosas, faltas de distintividad, etc); por lo que cabe reconocer en los signos distintivos y su regulación, una función de prevención de la competencia desleal entre competidores, y como consecuencia, una garantía para evitar que los efectos reflejos de la competencia desleal perjudiquen a los consumidores, y en términos más generales, al mercado.

La marca como signo distintivo, es precisamente un elemento esencial para generar transparencia y seguridad en el mercado, no solo para los titulares de los derechos marcarios, sino frente a los consumidores de los productos que protegen tales marcas; protección que se realiza no solo desde el punto de vista de la eventual confusión que una determinada marca puede causar; sino, desde la esfera de los eventuales perjuicios que pueda sufrir este consumidor ante los efectos reflejos que derivan de una competencia desleal entre competidores.

La doctrina especializada en la materia ha reconocido esta función de la marca. Ejemplo de ello la doctrina española:

“...El derecho de marca es un derecho sobre un bien inmaterial, que perteneciendo a su titular registral desempeña, al mismo tiempo, un **papel relevante en la regulación y transparencia del mercado**. Desde esta perspectiva, **constituye también un mecanismo relevante para la tutela y protección de los consumidores**. No debe, a estos efectos, olvidarse que **la marca cumple un conjunto de funciones en el sistema jurídico**. Y entre estas funciones se encuentra la función de indicar la procedencia empresarial de los productos o servicios designados con la marca y la función de indicar al consumidor la calidad de dichos productos o servicios. La marca permite así un correcto funcionamiento del sistema de libre competencia y hace posible que los consumidores obtengan información fidedigna sobre el origen y la calidad de los productos o servicios...” (lo resaltado no es del original) **CASADO CERVIÑO** (Alberto) Derecho de Marcas y Protección de los Consumidores -El

tratamiento del error del consumidor-, Editorial Tecnos, Madrid, 2000, pag. 75.

Siempre dentro de esta línea de análisis, una marca (o una solicitud de marca), que pretenda ingresar al mercado a pesar de las prohibiciones reguladas en el artículo 7 de la Ley de Marcas (marcas inadmisibles por razones intrínsecas), puede causar perjuicios a los consumidores por la eventual confusión que se genere, pero también es un posible punto de partida para provocar en el mercado una situación de competencia desleal entre competidores, en razón de que al ser un signo cuya distintividad es cuestionable -o totalmente inexistente-, **ingresaría al mercado con una ventaja respecto de otros productores del mismo sector en el cual compete; con independencia de que no se trate de una situación de cotejo marcario;** es decir, estamos ante un escenario en el cual este perjuicio se esté causando a un competidor, independientemente de que éste tenga inscrito a su favor -o no- un derecho sobre un signo similar o idéntico al signo que se inscribe o se pretende inscribir con violación del artículo 7 citado.

Bajo estos criterios, debe tutelarse la legitimación que tiene un determinado competidor para oponerse **razonablemente y de buena fe,** ante la solicitud de inscripción de una marca que pueda adolecer de falta de distintividad intrínseca, por dos razones esenciales:

Primero, porque como **competidor del mismo sector pertinente,** sería un directo afectado de la eventual incorporación de tal solicitud como marca en ese sector específico del mercado; es decir, no se abre -como fue señalado antes- una acción popular para oponerse a cualquier solicitud, sino exclusivamente se trata de una acción que tiene derecho a ejercer un competidor del mismo sector pertinente, el cual sería afectado en los términos dichos.

El requisito de racionalidad en la acción para oponerse en estos casos, obedece a que la legitimación procesal está restringida o limitada exclusivamente para competidores dentro de un sector pertinente –como fue dicho- y en atención de los objetivos perseguidos por el sistema marcario costarricense.

(...)

Segundo, es necesario reconocer la legitimación para oponerse a pesar de no ser en ejercicio de una condición de titular marcario, por una especial protección a los consumidores, ante la posibilidad de que ingrese al mercado una marca con falta de distintividad; supuesto que siempre está ligado a la posibilidad de que en razón de tal marca, se pueda llegar a producir una situación de ventaja ilegítima en el mercado para el competidor que logró obtener -por ejemplo-, la inscripción de una marca engañosa o descriptiva; lo que genera en el mercado no solo una situación de competencia desleal, sino que tal competencia genera efectos negativos en los consumidores, en contra del artículo primero de la Ley de Marcas antes citado.

En resumen, existe legitimación a pesar de que el apelante no tiene a su favor un derecho marcario inscrito (similar o idéntico al solicitado), sino su condición de competidor del sector pertinente; lo anterior en favor del equilibrio que debe existir en el mercado y como prevención de una eventual competencia desleal cuyos efectos reflejos afectan al consumidor (...)

La legitimación para accionar en estos casos, tomando en consideración esos dos aspectos: “ser un competidor del mismo sector pertinente” y “la protección al consumidor”; es una forma de equilibrar el sistema, y no, para hacer inaccesible la obtención de un derecho marcario, tomando en cuenta que la propiedad intelectual en

términos generales no es un fin en sí mismo pero si, un instrumento de desarrollo para la evolución y transparencia de los mercados...” (Voto 005-2007)

En el caso sub examine, una vez realizado el cotejo respectivo, este Tribunal concluye que efectivamente, los signos enfrentados pueden provocar confusión al tenor de lo advertido por el numeral 24 del Reglamento a la Ley de Marcas, cuando aquel señala que, tanto para la realización del examen de fondo, **como para la resolución de oposiciones**, se tomará en cuenta, entre otros: la impresión gráfica, fonética y/ o ideológica que producen en su conjunto, como si el juzgador estuviese en la situación del consumidor normal del producto de que se trate; que debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos; que éstos deben examinarse en el modo y la forma en que normalmente se venden los productos, o se presentan al consumidor, tomando en cuenta canales de distribución, puestos de ventas y tipo de consumidor al que van destinados.

Al respecto, prohíja este órgano colegiado lo señalado por la autoridad registral cuando advierte en la resolución aquí recurrida: *“Debe sumarse el hecho de que en general los productos alimenticios en general (sic), ya sean que se ubiquen en clases 29, 30, 31 o 32 pueden ser adquiridos todos ellos en el mismo tipo de establecimiento (normalmente supermercados) por lo que al compartir los mismos canales de comercialización existe un riesgo de confusión entre ellos, además de que van dirigidos en su mayoría al mismo tipo de público consumidor. Eso aumenta aún más el riesgo, por lo que al tratarse de marcas idénticas, y en aras de proteger sobre todo los derechos de los consumidores, se debe denegar marcas idénticas que pretendan proteger productos similares.”* (Folio 90 del legajo principal, cursiva no es del original).

Bajo estas premisas, advierte este Tribunal que al realizar el estudio de fondo resulta aplicable a este caso el artículo 24 del Reglamento, toda vez que el vocablo **“COCINERO”** que constituye el elemento denominativo de los signos inscritos, está contenido totalmente en el

que resulta preponderante en el propuesto. Esto evidentemente implica una similitud gráfica, fonética e ideológica y; en virtud de que en el cotejo de las marcas debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias, es claro que ambas son muy similares y ello podría hacer suponer al consumidor que se trata de marcas derivadas o relacionadas, toda vez que la frase “*DESDE 1932*” no le agrega mayor distintividad.

Asimismo, al confrontar el objeto de protección de cada una de las marcas cotejadas resulta idéntico porque todas protegerían algún tipo de producto alimenticio, dado lo cual no pueden admitirse los agravios del recurrente y en este sentido acoge este Tribunal tanto el cotejo marcario realizado por la autoridad registral, como el fundamento dado para denegar el registro, porque existe un evidente riesgo de confusión y de asociación para el consumidor.

Dadas las anteriores consideraciones, se declara SIN LUGAR el recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, en representación de **MOLINOS IP, S.A.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 14:15:51 horas del 20 de diciembre de 2016, la cual se confirma.

QUINTO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VÍA ADMINISTRATIVA. Por no existir ulterior recurso contra esta resolución, de conformidad con los artículos 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, N° 8039 y el artículo 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, se declara SIN LUGAR el recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, en representación de **MOLINOS IP, S.A.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad

Industrial a las 14:15:51 horas del 20 de diciembre de 2016, la que en este acto se confirma para que se deniegue el registro del signo “***COCINERO DESDE 1932 (diseño)***”. 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.
NOTIFÍQUESE.

Norma Ureña Boza

Kattia Mora Cordero

Ilse Mary Díaz Díaz

Carlos José Vargas Jiménez

Guadalupe Ortiz Mora