

**Expediente N° 2006-0279-TRA-PI**

**Solicitud de inscripción del nombre comercial “LA NEGRITA ” (DISEÑO)**

**Olmán Leitón Quesada, Apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen N° 8893-04)**

***VOTO No 042 -2007***

***TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las catorce horas del ocho de febrero de dos mil siete.***

Conoce este Tribunal del recurso de apelación formulado por el señor **Arnaldo Bonilla Quesada**, mayor, casado una vez, abogado, con oficina abierta en San Pedro de Montes de Oca, Barrio Dent, trescientos metros al norte, Edificio Lachner, tercer piso, oficina 301, titular de la cédula de identidad número uno-setecientos cincuenta y ocho-seiscientos sesenta, en su condición de apoderado especial registral del señor Olmán Leitón Monge, mayor, soltero, empresario, vecino de Llano Grande de Cartago, frente a la Guardia Rural, titular de la cédula de identidad número uno-mil ochenta-seiscientos diecinueve, contra la resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, a las trece horas, cincuenta y siete minutos, del nueve de marzo del dos mil seis.

**RESULTANDO**

**PRIMERO:** Que el señor Arnaldo Bonilla Quesada, en su condición y calidades citadas, presentó, ante el Registro de la Propiedad Industrial, el veintinueve de noviembre de dos mil cuatro, una solicitud de inscripción del nombre comercial “**LA NEGRITA**” (**DISEÑO**), para proteger y distinguir un establecimiento comercial dedicado a la fabricación y comercialización de papas y yucas.

**SEGUNDO:** Que mediante resolución dictada a las trece horas, cincuenta y siete minutos, del nueve de marzo del dos mil seis, la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, dispuso:

## ***TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO***

---

**“POR TANTO:** Con base en las razones expuestas, así como las citas y referencias de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978, vigente desde el 09 de mayo del 2000 y su Reglamento, Decreto N° 30233-J, vigente desde el 04 de abril del 2002; “Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial”, aprobado mediante Ley N° 7484, vigente desde el 24 de mayo de 1995 y “Acuerdo sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionada con el comercio (ADPIC)”, aprobado por el Ley N° 7475-P, vigente desde el 26 de diciembre de 1994, **SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada...**” ( la negrita es del texto original).

**TERCERO:** Que contra la citada resolución, el señor Arnaldo Bonilla Quesada, de calidades y condición indicadas, en fecha veinticuatro de mayo de dos mil seis, presenta *Recurso de Apelación*, en el que manifiesta que la resolución impugnada no se encuentra ajustada a derecho, no obstante, señala, que expresará su inconformidad en el tiempo procesal oportuno. Dicho recurso fue admitido por el Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución de las diez horas, treinta minutos, cuarenta segundos, del trece de junio del dos mil seis.

**CUARTO:** Que por resolución dictada por este Tribunal a las catorce horas, cuarenta y cinco minutos del veinte de noviembre del dos mil seis, se procedió a dar audiencia al recurrente y demás interesados por un plazo de quince días, para presentar sus alegatos y pruebas de descargo, audiencia que no fue contestada.

**QUINTO:** Que a la sustanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde y no se observan causales, defectos u omisiones que provocaren la indefensión de las partes e interesados, o la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución dentro del plazo legal y previas las deliberaciones de rigor.

**Redacta el Juez Martínez Rodríguez; y,**

### **CONSIDERANDO**

**PRIMERO: EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.** Al no contener la resolución que se conoce en alzada relación de “HECHOS PROBADOS”, este Tribunal enlista como tal, el siguiente: **1.-** Que en el Registro de la Propiedad Industrial, se encuentra inscrita la marca de fábrica “**EL NEGRITO**”, en clase 29 de la Nomenclatura Internacional, propiedad de Eugenio Palma Durán, inscrita según acta número 111521, desde el 23 de diciembre, de 1998, vigente hasta el 23 de abril de 2008, que protege maní tostado, papas tostadas en hojuelas, plátanos tostados en hojuelas, yuca tostada en hojuelas, chicharrón tostado, y semillas de marañón (ver folio 40), **2.-** Que el señor Arnaldo Bonilla Quesada, de calidades señaladas es apoderado especial administrativo del señor Olman Leitón Monge. ( ver folio 8).

**SEGUNDO: EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS:** Este Tribunal no encuentra Hechos con influencia para la resolución de este asunto, que pudieren tener el carácter de No Probados

**TERCERO: SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. SOBRE LA RESOLUCIÓN APELADA Y LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR LA PARTE APELANTE.** En el caso concreto, la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, con fundamento en lo dispuesto en el artículo 8º, inciso a), de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y 65 de la Ley citada, resuelve rechazar la solicitud de inscripción del nombre comercial “**LA NEGRITA**”, por considerar que existe una posible asociación con la marca de fábrica inscrita “**EL NEGRITO**”, siendo que los productos de la marca solicitada tienen características similares a los productos que el signo solicitado desea proteger, y porque existe una similitud gráfica, fonética e ideológica entre ambos signos, y al contener éstos más semejanzas que diferencias, podría causar confusión en los consumidores al no existir distintividad suficiente que permita identificar e individualizar un signo del otro.

Por su parte, el recurrente basó sus agravios, en los siguientes aspectos: En primer término señala, que no considera ajustada a Derecho la resolución recurrida, debido a que “**LA NEGRITA**” (**DISEÑO**) como nombre comercial, es para proteger y distinguir un establecimiento comercial dedicado a la fabricación de comercialización de papas y yucas procesadas. Que su representado difunde sus productos bajo la marca “**LA NEGRITA**), los

cuales se hallan posicionados en el mercado costarricense desde hace ya bastantes años y, en la actualidad, estos se pueden encontrar en cualquier supermercado del país, por lo que debe brindárseles una especial protección; dada la amplia clientela y gran prestigio de los productos de la marca “LA NEGRITA” en el comercio. Que con la marca “LA NEGRITA” su representado desea distinguir e identificar los productos para evitar el desvío de ventas causado por la confusión de clientes; lo cual es precisamente lo que se pretende evitar con la registración, dada la difusión y trayectoria de su representado que los produce. Que su representado posee antecedentes que demuestran que es un empresario reconocido y que como tal goza de fama y notoriedad dentro del mercado costarricense, por lo que tiene derecho a tramitar su solicitud de registro “LA NEGRITA” (diseño), como nombre comercial; según los términos de su solicitud, ya que con ello en nada transgrede la normativa marcaría. Aduce, que entre la marca “LA NEGRITA” (diseño) y la marca “EL NEGRITO” existe una semejanza relativa en cuanto al valor nominal y no una igualdad como lo indica el Registro de la Propiedad. Que la marca de su representado es una marca mixta que contiene además de una denominación compuesta cual es la unión de las palabras “LA” + “NEGRITA”, escritas de forma creativa y novedosa, posee un elemento figurativo (**diseño**), con forma y colores llamativos, que en su conjunto identifica la marca desde el punto de vista auditivo y visual, por consiguiente, no solamente constituye una figura gráfica, sino una denominación, mientras tanto la marca “Negrito” es una marca denominativa sin más aditamento especial que la distinga, en comparación con “LA NEGRITA” que si posee una composición gráfica y denominativa que la diferencia de las demás, por lo que es cuestionable que se pueda causar confusión al público consumidor. Su contenido conceptual es distinto, dado que una hace referencia a lo MASCULINO en contraposición a la connotación FEMENINA de la marca solicitada. Señala que la marca debe verse en su conjunto, no solo la figura gráfica sino su totalidad, pues el consumidor no solo ve el nombre de la marca sino que aprecia el producto como un todo, como una unidad marcaría, en la psiquis del consumidor se hace una relación de todos los elementos de la marca: el diseño, el producto y el nombre de la marca.

**CUARTO: EN CUANTO AL “NOMBRE COMERCIAL”:** 1) 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 2º de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, 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/EpyAuVFpIAWdWfYapo.php>). 2) 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, que establece: “*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). 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. En consecuencia, un nombre comercial es objeto de registración, cuando cumple con estos tres requisitos y siempre que no se encuentre comprendido en ninguna de las causales que impiden su registro, establecidas en el artículo 65 de la citada Ley de Marcas, y artículo 8 inciso a) de sea Ley, éste último dispone: “...Ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, en los siguientes casos, entre otros: a) Si el signo es idéntico o similar a una marca registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar **confusión al público consumidor.**” (el destacado en negrita no es del texto original).

**QUINTO: SOBRE LA IRREGISTRABILIDAD DEL NOMBRE COMERCIAL SOLICITADO.** La solicitud de inscripción del nombre comercial “**LA NEGRITA (DISEÑO)**” es rechazada por el Registro de la Propiedad Industrial, fundamentándose en los artículos 65 y 8 inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978 de 6 de enero de 2000, por considerar que el nombre comercial solicitado carece de distintividad, en razón de la similitud gráfica, fonética e ideológica existente entre el nombre comercial solicitado y la marca de fábrica inscrita “**EL NEGRITO**”, lo que podría causar confusión en el consumidor.

No obstante lo anterior, llama la atención de este órgano de alzada, que los alegatos del señor Arnaldo Bonilla Quesada, en su condición de representante del señor Olman Leitón Monge, solicitante del nombre comercial bajo comentario, se refieren en su mayoría a aspectos relacionados con la solicitud de la marca “**LA NEGRITA**” que no fueron los expuestos por el Registro a quo para justificar el rechazo de su inscripción, guardando silencio con relación a lo objetado concreta y efectivamente por el Registro a quo, sea la preexistencia del registro de la marca “**EL NEGRITO**”. Corolario de esa circunstancia, es que de pleno no sería dable pretender que prosperen los agravios formulados, porque en realidad se refieren a argumentos inexistentes en la resolución que se combate. Sin embargo, por ser competencia de este Tribunal examinar la legalidad de la resolución apelada de conformidad con lo establecido en el artículo 181 de la Ley General de la Administración Pública (véase en igual sentido el Voto N° 243-2005, dictado por este Tribunal a las 14:30 horas del 13 de octubre de 2005), para la correcta resolución de este asunto debe partirse de que la marca de fábrica “**EL NEGRITO**”, se encuentra inscrita en el Registro de la Propiedad Industrial, desde el 23 de diciembre de 1998, vigente hasta el 23 de abril de 2008, todo lo cual obliga a realizar un cotejo integral (gráfico, fonético e ideológico) de dichos signos.

De lo anterior se infiere, que es casualmente a partir de esa registración del signo distintivo correspondiente, que la ley comienza a protegerlo, imponiéndole, en nuestro caso, al mismo Registro de la Propiedad Industrial, la obligación de impedir el registro de cualquier nombre comercial o marca que sea igual o similar a otra ya inscrita y que pueda causar confusión en el

público consumidor. La Ley de Marcas que nos rige establece que el derecho de una marca deriva no solamente de la inscripción si no también por el hecho de haberla usado con anterioridad, posición que le permite a quien tiene mejor derecho, impedir que sin su consentimiento un tercero utilice dentro del tráfico económico signos idénticos o similares para bienes iguales o parecidos. Esto es así, por cuanto el hecho de que un signo distintivo que se pretenda inscribir sea confundible con otro ya inscrito lo hace incapaz de otorgar distintividad a la actividad que se pretende proteger. El Registro a quo fundamentó su resolución en los artículos 65 y 8 inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, los que dan respaldo al rechazo de la solicitud, lo cierto es que este Tribunal estima conforme a derecho la resolución recurrida, en cuanto la misma declara sin lugar la inscripción del nombre comercial **“LA NEGRITA (DISEÑO)”**, ello, por cuanto no sólo se advierte una similitud gráfica, fonética e ideológica, lo que por sí es motivo para impedir su inscripción, sino que también, la existencia de riesgo de confusión para el público consumidor, que podría producirse al consentir la coexistencia del nombre comercial y la marca, pues ambos se relacionan, en el sentido de que ambos signos protegen y distinguen “productos alimenticios” de una misma naturaleza, situación que lleva a un riesgo de confusión al consumidor.

Según la normativa transcrita en líneas atrás (artículo 8 inciso a) y 65 de la Ley de Marcas citada) queda claro que el nombre comercial, cuya inscripción se solicita, al ser similar a la marca de fábrica inscrita, y al proteger, en ambos casos, actividades similares (productos de naturaleza alimenticia), generaría un riesgo de confusión en el público consumidor y hace nugatoria la solicitud de inscripción del nombre comercial, por carecer de distintividad, con relación a la marca de fábrica inscrita **“EL NEGRITO”**, que es un requisito básico que debe cumplir todo signo que pretenda protección registral, pues un signo debe ser capaz, tanto intrínseca como extrínsecamente, de individualizar a un determinado establecimiento, servicio o producto, tal y como se indicó en líneas atrás..

Aunado a lo anterior, se puede determinar que los términos que conforman el nombre comercial y la marca de servicio inscrita, mantienen similitud. Nótese que, si bien, el nombre comercial solicitado **“LA NEGRITA” (DISEÑO)** está compuesto de un texto conformado por (un artículo y un sustantivo) acompañado de un gráfico, lo que constituye un signo mixto

y la marca de fábrica “EL NEGRITO” lo compone (un artículo y un sustantivo), variando únicamente en cuanto al género, sea femenino o masculino, sucede que el núcleo central de esas denominaciones lo constituyen no los artículos “ÉL” y “LA”, sino por el contrario los vocablos “**NEGRITA**” (**DISEÑO**) y “**NEGRITO**”, que es lo más sobresaliente y más llamativo en el nombre, y lo que en definitiva recordará el público consumidor, ya que los términos “**NEGRITA**” (**DISEÑO**), lejos de dar una distinción fonética y una apariencia gráfica totalmente distinta capaz de distinguir los signos cotejados, al grado de evitar cualquier error.

Lo anterior, lleva a determinar a este Tribunal que tanto el nombre comercial, el cual protege y distingue “un establecimiento comercial dedicado a la fabricación y comercialización de papas, y yucas procesadas” como la marca de fábrica inscrita, que distingue “maní tostado, papas tostadas en hojuelas, plátanos tostados, yuca tostada en hojuelas, chicharrón y semillas de marañón”, tienen dentro de su actividad los servicios de “**productos de naturaleza alimenticia**” que constituye un elemento homogéneo, que no permite un grado de distintividad suficiente como para contrarrestar la similitud que se presenta, o el impacto fonético (en virtud del parecido de los signos enfrentados en cuanto a su expresión verbal, tienen un sonido similar a la hora de pronunciarlos, a pesar de los artículos y la última sílaba) y gráfico (la cual se refiere a la expresión visual de los signos confrontados), desde el punto de vista ideológico, ambos signos tienen un parecido conceptual, similitud que impide al consumidor distinguir una de la otra. Negrito o Negrita, es un diminutivo de NEGRO ó NEGRA, por lo que el vocablo Negrito ó Negrita no cuenta con una carga diferencial que le otorgue distintividad, de ahí, que este Tribunal comparte lo dicho por el Registro a quo cuando citando el Voto N° 136-2005, de las once horas, treinta minutos, del veintisiete de junio de dos mil cinco, dictado por esta Instancia, manifiesta:

*“(…) que ambas denominaciones (…) contienen elementos iguales, lo que podría llevar al consumidor a una confusión y ello en virtud de que exista relación entre los productos o servicios comercializados, de modo que los elementos similares en su denominación se convierten en factores confundibles respecto al origen empresarial, ya que el público consumidor podría razonablemente suponer que los productos o*

*servicios que se pretendan registra provienen del mismo empresario”*

**SEXTO:** Es por todo lo anterior, que puede afirmarse que es el registro del signo distintivo respectivo (EL NEGRITO) lo que garantiza el derecho de su uso exclusivo y que, a la vez, le permite a su propietario impedir que otros competidores en el mercado lo empleen para distinguir productos o servicios similares, evitándose así la competencia desleal entre empresarios y desde luego la confusión en el público consumidor, pues los productos o servicios amparados tanto por el nombre comercial solicitado como por la marca inscrita tendrían un destino o finalidad iguales, y circularían en un mismo mercado, por lo que habría una similitud real para el consumidor, quien se podría ver confundido, que es lo que justamente se pretende evitar. Al respecto, estima este Tribunal que la calificación efectuada a la solicitud de inscripción del nombre comercial “**LA NEGRITA**” (**DISEÑO**), se hizo en forma correcta por parte del Registro a quo, por lo que no existe motivo para revocar la resolución recurrida, tal y como lo requiere el recurrente, en virtud de que existe un riesgo de confusión que es lo que precisamente se pretende evitar al denegarse el registro del nombre comercial, no siendo el aditamento o expresión “**NEGRITA**”, suficientemente distintivo para eliminar el riesgo de confusión. Todo lo anterior se ciñe a la regla del artículo 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que dispone “*Para que exista posibilidad de confusión, no es suficiente que los signos sean semejantes, sino además que los productos o servicios que identifican sean de la misma naturaleza o que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre ellos*”.

**SÉTIMO:** En consecuencia, de autorizarse la inscripción del nombre comercial “**LA NEGRITA**” (**DISEÑO**), sería en primer término consentir un quebranto de la normativa marcaria en perjuicio del señor Eugenio Palma Durán, titular de la marca de fábrica “**EL NEGRITO**” pues el artículo 25 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, determina que el titular registral goza de derecho de exclusiva sobre el signo utilizado, con el cual podrá impedir que sin su consentimiento un tercero utilice dentro del tráfico económico, signos idénticos o similares para bienes o servicios iguales o parecidos a los registrados, de modo que sea sólo su titular el que pueda utilizarla en el comercio, a efecto de evitar que se produzca confusión entre el público consumidor. Y por otro lado se afectaría también al consumidor

promedio con la confusión que se puede producir, ya que podría el consumidor considerar que los servicios que despliega el nombre comercial solicitado y la marca inscrita proceden de la misma empresa.

Bajo esa óptica, resulta importante reiterar, que el nombre comercial solicitado “**LA NEGRITA**” (**DISEÑO**) no cuenta con una carga diferencial que le otorgue distintividad, ya que resulta muy similar a la marca de fábrica “**EL NEGRITO**”, en tal sentido considera este Tribunal que al existir la posibilidad de un riesgo de confusión entre los signos cotejados, se concuerda con el a quo en su disposición de denegar la solicitud de registro solicitada por el señor Arnaldo Bonilla Quesada, en su condición citada, fundamentados en los artículos 8 inciso a) y 65 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978.

**OCTAVO:** Finalmente, cabe advertir, que lo expresado en el escrito de agravios (ver Hecho Primero párrafo tercero del Recurso de Apelación, visible a folio 28 del expediente) por el señor Arnaldo Bonilla Quesada, en su condición y calidades indicadas, resulta una argumentación inadmisibles, ya que de la documentación que consta en autos, queda claramente establecido, que éste no acreditó prueba, en la que se demuestre que su representado goza de fama y prestigio en el mercado costarricense.

**NOVENO: SOBRE LO QUE DEBE RESOLVERSE.** Conforme a las consideraciones, citas normativas, jurisprudencia y de doctrina que anteceden, este Tribunal declara sin lugar el recurso de apelación presentado por el señor Arnaldo Bonilla Quesada, en su condición de apoderado especial del señor Olmán Leitón Monge, en contra de la resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, a las trece horas, cincuenta y siete minutos, del nueve de marzo de dos mil seis, la que en este acto se confirma.

**DÉCIMO: EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VÍA ADMINISTRATIVA.** Por no existir ulterior recurso contra esta resolución, de conformidad con el artículo 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, se da por agotada la vía administrativa.

**POR TANTO**

Con fundamento en las consideraciones expuestas, citas normativas, jurisprudencia y de doctrina que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el señor Arnaldo Bonilla Quesada, en su condición de apoderado especial del señor Olmán Leitón Monge, en contra de la resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, a las trece horas, cincuenta y siete minutos, del nueve de marzo de dos mil seis, la que en este acto se confirma. Se da por agotada la vía administrativa. Previa constancia y copias 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.**

***M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora***

***Lic. Edwin Martínez Rodríguez***

***Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez***

***M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde***

***Lic. Adolfo Durán Abarca***

La suscrita Guadalupe Ortiz Mora, en calidad de Presidenta del Tribunal, hago constar que el Lic. Adolfo Durán Abarca, a pesar de que estuvo presente en la votación de este asunto, no firma la resolución por encontrarse participando en un Seminario fuera del país.