
RESOLUCION DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2020-0122-TRA-PI

SOLICITUD DE NULIDAD DE MARCA: LIFE IN COLOR

LIFE IN COLOR, LLC., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INDUSTRIAL (EXP. DE ORIGEN 2014-2764)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0479-2020

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las once horas con treinta y un minutos del trece de agosto de dos mil veinte.

Recurso de apelación planteado por la licenciada **María Vargas Uribe**, abogada, divorciada, vecina de San José, con cédula de identidad número 1-785-618, apoderada especial de **LIFE IN COLOR, LLC.**, una sociedad organizada y existente bajo las leyes de Delaware, Estados Unidos, domiciliada en 9242 Beverly Blv., Suite 350, Beverly Hills, CA 90210, Estados Unidos, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:13:46 del 16 de enero de 2020.

Redacta el juez Carlos Vargas Jiménez.

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. Que la licenciada **María Vargas Uribe**, en su condición de apoderada especial de **LIFE IN COLOR, LLC**, presentó acción de nulidad contra la marca "**Life in color**", registro 237147 la cual protege en clase 41 "eventos, musicales, festivos, eventos públicos y actividades sociales", propiedad de Wagner Adolfo Rojas Rojas, cédula de identidad número: 1-0779-

0203, por considerar que su representada es la legítima propietaria de la marca **“LIFE IN COLOR”**.

En resolución dictada a las 09:13:46 del 16 de enero de 2020, el Registro de la Propiedad Industrial resolvió “(...) Se declara sin lugar la solicitud de nulidad de la marca “LIFE IN COLOR”, registro 237147, inscrita el 31/07/2014, vencimiento el 31/07/2024, que protege en clase 41 internacional: “eventos, musicales, festivos, eventos públicos y actividades sociales”, propiedad de WAGNER ADOLFO ROJAS ROJAS, cédula de identidad número: 1-779-202...”

Inconforme con lo resuelto por el Registro de origen, la apoderada de la sociedad **LIFE IN COLOR, LLC**, mediante escrito presentado el 23 de enero de 2020, presentó recurso de apelación y manifestó lo siguiente:

1.- La marca **“Life in color”** es una copia de una marca perteneciente a su representada LIFE IN COLOR LLC.

2.- La documentación aportada el día 24 de mayo del 2019, se presentaron pruebas en donde se demuestra que el verdadero titular y quien ha empleado grandes sumas de dinero en despliegue de publicidad de la marca “LIFE IN COLOR” es su representada y que al hacer referencia su representación al hecho de que se pueden constatar los registros marcarios por parte de la oficina del Registro de Propiedad Industrial en “TMview”, fue con el fin de que se corroborara que efectivamente los certificados aprobados se encuentran inscritos.

3.- Es equivocada la afirmación del Registro de Propiedad Industrial al manifestar que el hecho de que una marca cuente con múltiples registros o solicitudes en otros países no es prueba suficiente para determinar la notoriedad de un signo. Lo

anterior debido a que, si la marca está inscrita en infinidad de países, ya la misma va transmitiendo la idea que si es conocida mundialmente; sin embargo, el hecho a destacar, según manifiesta, es que se deja de lado un dato muy importante que indican los certificados de registro, y es tanto la fecha de inscripción en dichos países donde se encuentra inscrita, así como la fecha de solicitud de la misma. Muchas de las fechas de solicitud y de registro de la marca **“LIFE IN COLOR”** propiedad de LIFE IN COLOR LLC son considerablemente anteriores a la marca que presentó Wagner Adolfo Rojas Rojas. Señala que aportan certificación obtenida la página oficial de la Oficina de Patentes y Marcas de los Estados Unidos de América, y consta la inscripción de la marca **“LIFE IN COLOR”** se refleja tanto la fecha de solicitud y de registro de esta, a saber: 30 de mayo del 2012 y 05 de noviembre de 2013 respectivamente.

4.- Considera que por aplicación del “principio de territorialidad” es evidente la copia que hacen personas inescrupulosas a marcas que evidentemente han sido copiadas y que no se tome en cuenta la abundante prueba por considerar que es insuficiente o no cumple con los criterios del artículo 45 de la Ley de Marcas.

5.- Como prueba también se aportaron videos extraídos de YOUTUBE, para demostrar que el verdadero propietario es LIFE IN COLOR LLC., prueba que fue mal valorada por el Registro de primera instancia ya que señaló que los videos son de fechas posteriores a la inscripción de la marca que se pretende anular, en este punto señala el recurrente que no era por razón de la fecha de inscripción de la marca que se pretende anular que se aportaron los videos, sino que la intención es demostrar que la empresa LIFE IN COLOR LLC. ha desplegado grandes cantidades de dinero para hacer uso de su marca en muchos eventos y donde los usuarios han participado de manera masiva en esos eventos.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Se tienen como hechos con este carácter los siguientes:

1- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito el signo, cuyo titular es WAGNER ADOLFO ROJAS ROJAS, cédula de identidad número 107790203, marca de servicios: “**Life in color**”, registro 237147, inscrita desde el 31 de julio de 2014 y vigente hasta el 31 de julio de 2024, el cual protege en clase 41 “eventos musicales, festivos, eventos públicos y actividades sociales”, titular: Wagner Adolfo Rojas Rojas, cédula identidad número: 107790203. (Folio 196 del expediente principal).

2-Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra en trámite de inscripción por parte de **LIFE IN COLOR, LLC** la marca de servicios “**LIFE IN COLOR**”, bajo el número de solicitud 2019-0000102, para proteger en clase 41 “servicios de entretenimiento a saber servicios de coordinación, organización, dirección y de anfitrión de fiestas de pintura, de eventos de entretenimiento social y de festivales caracterizados por entretenimiento en vivo, por intérpretes y artistas, por música y material audiovisual y por presentaciones de DJ’s (disc jockey), servicios de clubes sociales, a saber, servicios de coordinación, organización, dirección y de anfitrión de eventos sociales, de fiestas de pintura, de fiestas especiales para eventos sociales y de fiestas en clubes nocturnos para miembros de clubes.” (Folio 197 del expediente principal).

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Con la prueba aportada no se logró demostrar la notoriedad del signo “**LIFE IN COLOR**” propiedad de LIFE IN COLOR, LLC, ni la mala fe del titular marcario de Life in color, registro número: 237147, WAGNER ADOLFO ROJAS ROJAS, cédula de identidad: 107790203.

CUARTO. SOBRE LA ADMISIBILIDAD DE LA PRUEBA. En cuanto a la prueba constante en el expediente, existe y se admite para su valoración y dictado de la presente resolución por parte del Tribunal, la certificación del signo “**Life in color**”, registro 237147, así como la prueba valorada por el Registro de Propiedad Industrial en la resolución venida en alzada.

QUINTO. SOBRE EL FONDO. 1.- EN CUANTO A LA ACCIÓN Y EL PROCEDIMIENTO DE NULIDAD DE MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS.

La Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, No. 7978, establece dos tipos de procedimiento mediante los cuales se puede perder la titularidad de un signo distintivo. Así el numeral 37 regula la NULIDAD DEL REGISTRO, la cual será declarada por el Registro de la Propiedad Industrial, siempre que se garanticen los principios del debido proceso, a solicitud de cualquier persona con interés legítimo o de oficio, para aquellos casos que se contemplan en las prohibiciones de los artículos 7, 8 y 65 de la ley. Por otra parte, los artículos 38, 39 y 64 regulan lo relativo a la CANCELACIÓN DEL REGISTRO, ya sea por generalización de la marca o por falta de uso de esta. Refiriéndose concretamente a la ACCIÓN DE NULIDAD, como se expuso anteriormente, es para aquellos casos donde la inscripción de un signo distintivo contraviene alguna de las prohibiciones establecidas en los artículos 7, 8 y 65 de la Ley No. 7978. Sin embargo, el artículo 37 establece dos excepciones en las que no se podrá declarar la nulidad. La primera de ellas, en el caso que se solicite la nulidad de un distintivo marcario por cualquiera de las prohibiciones establecidos en los ya citados artículos 7 y 8 y al momento de resolverse, dicha prohibición ha dejado de ser aplicable. La segunda, cuando en defensa de la solicitud de nulidad, se invoca el segundo párrafo del artículo 39.

Por último, este mismo artículo, establece que la acción de nulidad prescribirá 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 de marcas, es lo cierto, que el plazo de prescripción para solicitar la nulidad bajo esa condición, 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 N° 7978 y 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).

En el presente asunto el registro que se pretende anular es la marca “**Life in color**”, registro 237147, inscrita desde el 31 de julio de 2014 y vigente hasta el 31 de julio de 2024, titular: Wagner Adolfo Rojas Rojas, cédula identidad número: 107790203. (Folio 196 del expediente principal), y siendo que las presentes diligencias de nulidad fueron interpuestas el 25 de abril de 2019, la acción de nulidad debe

declararse prescrita; no obstante corresponde a este Tribunal, y conforme los alegatos del apelante con relación a la notoriedad de su marca y posible actuación de mala fe por parte del titular marcario, aspectos que a la vez fueron analizados en la resolución venida en alzada, procede por parte de este Tribunal, conforme la normativa vista en cuanto al plazo de prescripción, valorar la prueba presentada con el fin de determinar su procedencia en cuanto a lo señalado.

Así y en cuanto a la alegada notoriedad del signo del gestionante de la acción de nulidad y ahora apelante, es importante tener presente, que para los efectos de la acreditación de un registro marcario, una vez que este se ha consolidado dentro del mercado, resulta consustancial que su titular proceda a protegerlo como marca notoria, lo cual tiene su fundamento basado en el compromiso que adquirió Costa Rica al aprobar su incorporación a la Unión del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, mediante la Ley No 7484 y a la Organización Mundial del Comercio, de donde deviene la ratificación del Acuerdo Sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC), por Ley No. 7475, mediante el cual nuestro país se comprometió a proteger a las marcas notoriamente reconocidas; y es a raíz de este compromiso, que se incorpora a la Ley No 7978 de 06 de enero del 2000, “Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos,” de lo cual infiere la legitimación que le asiste a cualquier titular de una marca notoria, para oponerse a la inscripción de otros signos distintivos, conforme lo previsto en el artículo 16 de la misma Ley, siempre que se estime puedan suscitarse los efectos perjudiciales previstos por la legislación. En ese sentido, el artículo 44 de la misma ley de cita, establece la utilización de todos los medios probatorios para demostrar la notoriedad.

Bajo esta perspectiva, corresponde a la Administración Registral valorar si procede o no otorgarle el reconocimiento de notoriedad al signo marcario, el cual debe

cumplir y calificar dentro del marco jurídico que establece el artículo 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que, para dichos efectos de manera enunciativa, indica lo siguiente: “... **Criterios para reconocer la notoriedad.** Para determinar si una marca es notoriamente conocida se tendrán 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**”.

Asimismo, los elementos apuntados resultan en la actualidad ampliados por los contenidos en la Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones Sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas, aprobada por la Asamblea de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial y la Asamblea General de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en las trigésima cuarta serie de reuniones de las Asambleas de los Estados miembros de la OMPI del 20 al 29 de setiembre de 1999, No. 833, introducida al marco jurídico nacional, según la reforma al artículo 44 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos que, entre otras, incluyó la Ley N° 8632 que entró en vigor en fecha veinticinco de abril de dos mil ocho (en adelante la Recomendación Conjunta).

A los factores ya citados, para lograr identificar la notoriedad de una marca, recogidos en el artículo 2 1) b) puntos 1, 2, y 3 de la Recomendación, se agregan los siguientes que conforman los incisos 4, 5 y 6 de dicho documento: “**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 a la marca.” (Resaltado no corresponde al original.)

En este sentido, de cumplir una marca con tales presupuestos, el Registro de la Propiedad Industrial, de oficio o a instancia de la parte interesada podrá rechazar o cancelar el registro y prohibir el uso de una marca que constituya la reproducción, imitación o traducción de una marca notoriamente conocida y utilizada para bienes idénticos o similares, la cual sea susceptible de crear confusión. Igualmente, no inscribirá el Registro los signos iguales o semejantes a una marca que haya sido notoriamente conocida que se encuentre registrada o no, para aplicarla a cualquier bien o servicio, cuando el uso de la marca pueda crear confusión o riesgo de asociación con los bienes o servicios de la persona que emplea esa marca y ello produzca un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o al sugerir una conexión con ella, criterio que ya ha sido externado por este Tribunal, dentro del cual dispuso:

“...La marca notoria es una clasificación especial cuya categoría debe ser asignada por la autoridad respectiva al reunir los requisitos y condiciones de su difusión, la notoriedad de una marca no puede ser simple concesión ni un calificativo que sea atributivo por el hecho de que sea conocida dentro de un determinado grupo de consumidores. Tampoco se atenderá la sola manifestación del opositor al registro de una marca, de que la suya es una marca notoria, pues ello, quiere decir, que no basta señalar la supuesta notoriedad de un signo marcario, sino que se debe probar. Esto quiere decir, que la calificación de una marca notoria tiene como antecedente o proviene del mayor o menor conocimiento que pueda tener el público consumidor respecto de un signo marcario, y que si bien en la mayoría de los casos habrá de depender de su difusión a través de una campaña de publicidad, no

implica esencialmente un problema de magnitud, pues se puede haber producido por un solo esfuerzo en un acontecimiento de difusión masiva...".
(VOTO 246-2008)

Por ende, resulta claro que la emisión de un criterio que afirme o niegue la identidad y/o similitud entre dos o más signos distintivos y declare la notoriedad de esta, debe basarse en un estudio sobre los elementos que conformen a tales signos, siguiendo los precitados lineamientos.

Ahora bien, para el caso que nos ocupa, el Tribunal estima al igual que determinó el Registro de la Propiedad Industrial, que la prueba aportada no cumple con los parámetros establecidos por los artículos 44 y 45 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, y la Recomendación Conjunta, anteriormente analizados, y por consiguiente se torna insuficiente para poder otorgar el atributo de notoriedad al signo LIFE IN COLOR propiedad de la compañía LIFE IN COLOR, LLC.

Con respecto a la prueba tenemos:

1-) Se cita por parte del apelante enlace de eventos masivos en los que señala se han contratado los servicios de su representada, publicado en el sitio oficial del periódico La Nación el 24 de enero del 2014 (folio 2 del expediente principal):

[https://www.nacion.com/viva/musica/se-revelan-inivtados-principales-al-life-in-color-en-costa-rica/3PHWSTOLIJBPNPCS2ZTAUIJLI/story/.](https://www.nacion.com/viva/musica/se-revelan-inivtados-principales-al-life-in-color-en-costa-rica/3PHWSTOLIJBPNPCS2ZTAUIJLI/story/)

2-) Señala direcciones electrónicas de perfiles de Facebook sobre publicidad, fotos y otros elementos, ver folios 5 y 6, según indica el recurrente, que demuestran que la marca LIFE IN COLOR es propiedad de LIFE IN COLOR LLC.

3-) Menciona videos de YOUTUBE que considera demuestran la titularidad de LIFE IN COLOR LLC: 2016- <https://www.youtube.com/watch?v=dZ-LqKoUc10>,

2014:- <https://www.youtube.com/watch?v=5N61D-CVtU0>,

2014: - <https://www.youtube.com/watch?v=ZYaZ8-rfIQo>.

4-) Indica que, en los siguientes enlaces, correspondiente al sitio oficial de la empresa LIFE IN COLOR LLC, se consigue más información de eventos relacionados en los que interviene la marca LIFE IN COLOR:

2018: <http://lifeincolor.com/event/san-jose-costa-rica/>,

2017: <http://lifeincolor.com/event/san-jose-costa-rics/>,

2016: <http://lifeincolor.com/event/costa-rica/>,

2015: <http://lifeincolor.com/event/san-jose-cr/>

5-) Certificación notarial obtenida de la página oficial de la Oficina de Marcas y Patentes de USA (folio 8 del expediente principal).

6-) Disco compacto conteniendo algunos enlaces con publicidad y eventos realizados por la empresa LIFE IN COLOR LLC desde el 2014.

7-) Traducción de declaración jurada comparece el señor Charles C. Ciongoli, Jefe representativo financiero de LIFE IN COLOR LLC. (Folio 15 a 21 del expediente principal).

8-) Copia simple de registro de la marca LIFE IN COLOR en Estados Unidos (folio 23 del expediente principal).

9-) Copia simple de formato de evento de acuerdo de licencia (folio 33 al 63 del expediente principal).

10) Copia simple del certificado de marca LIFE IN COLOR en Hong Kong (folio 69 y 70 del expediente principal).

11) Listado de inscripciones en otros países. (Folios 72-187)

Visto el detalle de la prueba debemos aplicar las normas básicas relativas a la valoración de la prueba donde han de apreciarse **en su conjunto**; es decir, cada indicio ha de sopesarse con los otros, mientras que las informaciones confirmadas por más de una fuente serán, por regla general, más fiables que los hechos resultantes de referencias aisladas.

El grado de reconocimiento de la marca en referencia, no se puede determinar mediante las inscripciones alegadas en otros países, amén de que solo se aporta la certificación del registro de marca en Estados Unidos, siendo que el resto de inscripciones se aportan copias simples sin certificar; el apelante no demostró que su marca adquirió notoriedad antes de la **fecha de presentación** de la solicitud de marca que se pretende anular, el conjunto probatorio aportado no lo demuestra, no se cuenta con informes de ventas y demás prueba que se complementa al efecto, no arroja esa información.

Los links de páginas web es una información general sobre material que consta en Facebook y Youtube sobre eventos denominados LIFE IN COLOR, que se indica se llevarían a cabo en Costa Rica; sin embargo, no se observa la titularidad de la marca, este material no permite la posibilidad de construir datos que se apliquen a los criterios del artículo 45 de la ley de marcas.

Se presentan anuncios publicitarios en CD, pero no existe un informe contable de la inversión realizada en publicidad para determinar el alcance que ha tenido la marca en el mercado.

En el examen de la notoriedad, se deben tomar en consideración todos los elementos del artículo 45 de la ley de marcas; en particular, la cuota de mercado poseída por la marca, la intensidad, la extensión geográfica y la duración de su uso, así como la importancia de las inversiones hechas por la empresa para promocionarla, la simple carta y anuncios de publicidad no pueden verificar esos datos.

La cuota de mercado que poseen los servicios ofrecidos o vendidos con la marca y la posición que ésta ocupa en el mercado, son indicios de peso para la apreciación de la notoriedad, ya que ambos sirven para indicar el porcentaje del público interesado que adquiere efectivamente los servicios y medir el éxito de la marca frente a los competidores; este dato no puede ser comprobado ya que no existen informes anuales sobre resultados de venta, desde la inscripción de la marca hasta la fecha.

La intensidad del uso de la marca puede demostrarse mediante el **volumen de ventas** (es decir, el número de unidades vendidas o servicios prestados) y la **facturación** (es decir, el valor total de dichas ventas) alcanzados por el apelante en relación con los servicios que llevan la marca. Hecho que no se demuestra ya que no existen informes contables al respecto.

En consecuencia, la prueba presentada no demuestra la notoriedad de la marca, no se cumple con los requisitos del artículo 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y no es aplicable la protección del artículo 6 bis del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, ni así los artículos de la Ley de Marcas supra citados que buscan resguardar los derechos con que goza una marca calificada como notoria.

El atributo de notoriedad debe ser demostrados mediante documentación idónea que proporcione un soporte real, entre lo argüido y su desarrollo empresarial, con lo cual se determine una línea de tiempo que supere la fecha del registro inscrito que se impugna y ejercer un mejor derecho, y no solo por la simple manifestación de quien alega ostentar tal condición, o en su defecto de terceros que han sido propuestos para dar fe de su existencia, no siendo por sí solos suficientes para acreditar tal condición.

En lo referente a la posible mala fe en la inscripción de la marca de fábrica “**Life in color**”, por parte del señor Wagner Adolfo Rojas Rojas, que argumenta el apelante, se debe señalar que en su alegato, no señala los elementos de hecho ni adjunta prueba alguna que permita a este Tribunal entrar a analizar este punto referente a la existencia o no de la mala fe del señor Wagner Adolfo Rojas Rojas, en sus acciones de registro. Doctrinalmente, con relación a la causa de nulidad fundada en la mala fe y el concepto formulado, el autor Carlos Fernández Novoa, refiere a la resolución de la Primera División de Anulación de la OAMI de 28 de marzo de 2000, citando el fundamento número 11: “[...] La mala fe es un concepto jurídico estricto en el sistema de RMC. [...] Conceptualmente, la mala fe puede entenderse como una “intención deshonesta”. Ello implica que por mala fe se puede entender prácticas desleales que suponen la ausencia de honradez por parte del solicitante de la marca en el momento de presentar la solicitud. [...]” FERNANDEZ NOVOA,

Carlos, Tratado Sobre Derecho de Marcas, Segunda Edición, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., Madrid 2004, p. 639, y precisamente, el expediente carece de prueba que, en forma contundente, demuestre la deshonestidad del titular de las marcas inscritas.

Conforme a las consideraciones, citas normativas y de doctrina que anteceden, y al no haberse demostrado la notoriedad de la marca “**LIFE IN COLOR**”, ni la supuesta mala fe del titular de la marca “**Life in color**”, registro número: 237147, este Tribunal rechaza por extemporánea y encontrarse prescrita la acción para solicitar la nulidad de la marca de fábrica “**Life in color**”, Registro No. 237147, propiedad del señor Wagner Adolfo Rojas Rojas, siendo procedente, por ende, declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la licenciada **María Vargas Uribe**, apoderada especial de **LIFE IN COLOR, LLC.**, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:13:46 del 16 de enero de 2020.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Debido a esto, concluye este Tribunal que debe ser declarado sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la licenciada **María Vargas Uribe**, apoderada especial de **LIFE IN COLOR, LLC.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:13:46 del 16 de enero de 2020, la que en este acto se confirma por las razones ya señaladas por el Tribunal.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **Sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la licenciada **María Vargas Uribe**, apoderada especial de **LIFE IN COLOR, LLC.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:13:46 del 16 de enero de 2020, la que en este acto se

confirma por las razones ya señaladas por el Tribunal. Sobre lo resuelto en este caso, se da por agotada la vía administrativa 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 de este Tribunal, Decreto Ejecutivo 35456- J. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejará en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFÍQUESE.**

Firmado digitalmente por
CARLOS JOSE VARGAS JIMENEZ (FIRMA)

Carlos José Vargas Jiménez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)

Oscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
LEONARDO VILLAVICENCIO CEDEÑO (FIRMA)

Leonardo Villavicencio Cedeño

Firmado digitalmente por
PRISCILLA LORETTO SOTO ARIAS (FIRMA)

Priscilla Loretto Soto Arias

Firmado digitalmente por
GUADALUPE GRETTEL ORTIZ MORA (FIRMA)

Guadalupe Ortiz Mora

nub/CVJ/ORS/LVC/PLSA/GOM

DESCRIPTORES.

Marca registrada o usada por tercero

TG: Marcas inadmisibles por derechos de terceros

TNR: 00.41.36