
RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente 2018-0234-TRA-PI

Oposición a la solicitud de inscripción de marca de servicios “BODEGA TORO CENTENARIO”

FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen 2017-7156)

[Subcategoría: Marcas y otros signos]

VOTO 0622-2018

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las quince horas cuarenta minutos del veinticuatro de octubre de dos mil dieciocho.

Visto el recurso de apelación interpuesto por el licenciado José Antonio Muñoz Fonseca, abogado, vecino de Santa Ana, cédula de identidad 1-433-939, en su condición de apoderado especial de la empresa FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), sociedad organizada y existente bajo las leyes de Argentina, con domicilio en Carril Gómez 265, Maipú PCIA de Mendoza 5511, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:13:06 horas del 9 de abril de 2018.

Redacta la juez Ureña Boza, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal tiene como hechos probados de relevancia para la resolución de este proceso, que en el Registro de la Propiedad Industrial la empresa CENTENARIO INTERNACIONAL S.A., tiene inscritos los siguientes registros:

- 1) Nombre Comercial “TOUR CENTENARIO LA CASA DEL RON (THE RUM HOUSE)” registro 183012, para proteger y distinguir: *“Un establecimiento dedicado a realizar actividades turísticas y de esparcimiento para publicitar el negocio comercial, por medio de la exhibición de los productos fabricados, demostración del modo de fabricación de los productos y tour, excursión, gira, viaje y recorridos por la planta de la empresa. Ubicado en San José, Curridabat, cien metros oeste de la Municipalidad”*, inscrito el 5 de diciembre de 2008. (v.f 39)
- 2) Marca de fábrica “CENTENARIO” registro 66063, en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: *“Licores”*, inscrita el 20 de diciembre de 1985 y vigencia al 20 de diciembre de 2025. (v.f 41)
- 3) Señal de propaganda “CENTENARIO HARD COLA, la combinación perfecta” registro 163840, para proteger y distinguir: *“Para promocionar la publicidad y propaganda relacionada con licores, productos fabricados y vendidos por la compañía CENTENARIO INTERNACIONAL S.A”*, inscrita el 24 de noviembre de 2006. (v.f 43)



- 4) Marca de fábrica y comercio registro 232506, en clase 32 internacional, para proteger y distinguir: “*Cervezas y bebidas sin alcohol*”, inscrito el 9 de enero de 2014 y vigencia al 9 de enero de 2024. (v.f 46)



- 5) Marca de fábrica y comercio registro 257337, en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “*Bebidas alcohólicas (excepto cervezas)*”, inscrito el 30 de noviembre de 2016 y vigencia al 21 de septiembre de 2016. (v.f 48)



- 6) Marca de fábrica y comercio registro 258830, en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “*Ron*”, inscrito el 13 de enero de 2017 y vigencia al 13 de enero de 2027. (v.f 50)



- 7) Marca de fábrica y comercio registro 258110, en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “Ron”, inscrito el 5 de diciembre de 2016 y vigencia al 5 de diciembre de 2026. (v.f 52)



- 8) Marca de fábrica y comercio registro 265907, en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “Ron”, inscrito el 9 de octubre de 2017 y vigencia al 9 de octubre de 2027. (v.f 54)

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con este carácter que sean de relevancia para el dictado de la presente resolución.

TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. Por escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 24 de julio de 2017, la compañía FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), solicitó el registro de la marca de servicio “BODEGA TORO CENTENARIO” en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “*Bebidas alcohólicas excepto cervezas*”.

Que los edictos correspondientes fueron publicados en las Gacetas número 178, 179 y 180 de los días 20, 21 y 22 del mes de septiembre de 2017, y mediante escrito presentado ante el

Registro de la Propiedad Industrial el 20 de noviembre de 2017, la licenciada Melissa Mora Martin, en su condición de apoderada especial de la compañía CENTENARIO INTERNACIONAL S.A., presentó formal oposición en contra de la referida solicitud de inscripción, alegando que el signo propuesto constituye una marca inadmisibles por derechos de terceros, conforme lo establece el artículo 4 inciso a); y el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.

Una vez dadas la audiencias de rigor el Registro de la Propiedad Industrial, resolvió acoger la oposición planteada por la empresa CENTENARIO INTERNACIONAL S.A, contra la solicitud del registro de la marca de servicios “BODEGA TORO CENTENARIO” en clase 33 internacional, presentada por la compañía FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), en virtud de determinar que entre el signo solicitado y los registros inscritos puede existir riesgo de error o confusión para el consumidor con relación a los productos que se pretenden comercializar con su respectivo origen empresarial. Lo anterior, dado que del estudio integral se comprueba que hay similitud gráfica, fonética e ideológica, aunado a que protegen productos similares y directamente relacionados dentro de la misma actividad mercantil, lo que podría causar confusión en los consumidores al no existir distintividad suficiente que le permita identificarlos e individualizarlos. Por lo que, siendo inminente el riesgo al coexistir ambas marcas en el comercio, se estaría afectando no solo el derecho de elección del consumidor, sino que, además socavando el esfuerzo de los empresarios por distinguir sus productos a través de signos marcarios distintivos, operando su inadmisibilidad conforme el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, y artículo 24 de su Reglamento.

Por su parte, la representación de la empresa FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), dentro de

su escrito de agravios manifestó que la marca BODEGA DEL TORO CENTENARIO ha estado en el mercado por más de 100 años lo que refleja en su marca posición en el mercado. Que la FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINÍCOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA, es titular de marcas que tienen más de 100 años en el mercado estas marcas fueron reposicionadas en el primer nivel de este mercado a través del mejoramiento constante de la calidad de los productos en cada uno de los segmentos. Se presentan los productos de la marca BODEGA TORO CENTENARIO (folio 75). Agrega la parte recurrente que no existe similitud desde el punto de vista fonético siendo que la palabra CENTENARIO se encuentra al final de la marca solicitada, lo que hace que el signo tenga suficiente diferencia al momento de pronunciar las palabras, por ende, con el requisito necesario. Y respecto del ámbito ideológico, señala que el término CENTENARIO refiere a que tiene 100 años de edad o más, tal y como de esa misma manera lo define la Real Academia Española, por lo que, ello difiere de lo señalado por la compañía opositora ya que en su escrito señaló que su compañía por cerca de cincuenta años ha demostrado ser una empresa líder en la producción y comercialización de licores, en tanto la marca tiene treinta años lo que a todas luces podría provocar confusión en el consumidor induciendo a error respecto de las características del producto. Se debe de analizar en visión de conjunto. Que existen otras marcas registradas y vigentes en clase 33 internacional, que utilizan la palabra CENTENARIO y que no son propiedad de la compañía opositora, por lo que podría entenderse que el término CENTENARIO es de uso común en esta clase. Por lo anterior solicita se ordene la revocatoria de la resolución que rechaza la inscripción del signo propuesto por su mandante.

CUARTO. 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, o que pudieren provocar la invalidez, la nulidad o ineficacia de lo actuado, por lo que se dicta esta resolución dentro del plazo legal y previas las deliberaciones de rigor.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. La Ley de Marcas y otros Signos Distintivos No. 7978 de 06 de enero de 2000 y su Reglamento, Decreto Ejecutivo número 30233-J de 20 de febrero de 2002, publicado en el Diario Oficial La Gaceta en fecha 4 de abril de 2002, dispone que todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo, por lo que no debe generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción, y ésta es precisamente la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular. En este sentido, entre menos aptitud distintiva se posea, mayor será la probabilidad de confusión, toda vez que la semejanza entre los signos puede inducir a los consumidores a error en cuanto a la procedencia o el origen de los productos o servicios que se adquieren en el comercio. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre estos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador y en consecuencia no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

Bajo esa perspectiva, para que prospere el registro de un signo distintivo, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, el cual se da cuando entre dos o más signos, se presentan similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hagan surgir el riesgo de confusión entre ellos, para lo cual el operador del derecho debe proceder a realizar el cotejo marcario, colocarse en el lugar del consumidor, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado en tales signos.

Por otra parte, debe atenderse a la impresión que despierten dichas denominaciones, sin desmembrarlas, analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro); y tener en consideración las semejanzas y no las diferencias entre los signos en conflicto. De esto se deduce, que el cotejo marcario es el método que debe seguirse para saber si dos signos son confundibles por las eventuales similitudes que hubiere entre ellos. Cabe resumir, entonces que este procedimiento busca proteger el derecho del titular de un signo a la individualización de su

producto, servicio o establecimiento, y el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

Bajo las citadas consideraciones, este Tribunal estima que lleva razón el Registro de la Propiedad Industrial al acoger la oposición incoada por la empresa CENTENARIO INTERNACIONAL S.A., toda vez que la marca de servicios solicitada “BODEGA TORO CENTENARIO” para la clase 33 internacional, presentada por la empresa FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINÍCOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), y los registros que se encuentran inscritos: nombre comercial “TOUR CENTENARIO LA CASA DEL RON (THE RUM HOUSE)” registro 183012, marca de fábrica “CENTENARIO” registro 66063, señal de propaganda “CENTENARIO HARD COLA, la combinación perfecta” registro 163840, marca de fábrica y comercio



registro 232506, marca de fábrica y comercio



registro 257337, marca de fábrica y comercio



registro

258830, marca de fábrica y comercio



registro 258110,



marca de fábrica y comercio registro 265907, tal y como fue analizado presenta similitud gráfica, fonética e ideológica, en atención a las siguientes consideraciones:

Obsérvese, que a nivel visual los signos cotejados comparten en su estructura gramatical la frase CENTENARIO, con lo cual no podríamos obviar es la parte más perceptible entre los denominativos, sea: “BODEGA TORO CENTENARIO” contenido en el signo propuesto, respecto de las expresiones empleadas en las marcas inscritas; CENTENARIO, CENTENARIO HARD COLA LA COMBINACIÓN PERFECTA, TOUR CENTENARIO LA CASA DEL RON – THE RUN HOUSE, CISA CENTENARIO INTERNACIONAL S.A, CENTENARIO (DISEÑO), CENTENARIO 30 AÑOS (DISEÑO), CENTENARIO 7 AÑOS (DISEÑO), CENTENARIO 20 AÑOS (DISEÑO) ROYAL CENTENARIO, por lo que, el contenido de los elementos adicionales que conforman al signo propuesto “BODEGA TORO” no le proporciona la carga distintiva necesaria. Ello, aunado a que las diversas expresiones empleadas se tornan genéricas recayendo la distintividad o particularidad característica de las denominaciones en la frase CENTENARIO.

Por otra parte, a nivel auditivo al contener los signos cotejados el mismo factor común CENTENARIO todas las denominaciones empleadas se escuchan y perciben de manera similar, lo cual podría inducir a que el consumidor relacione las marcas como si fuesen del mismo origen empresarial. Máxime, que su actividad mercantil se encuentra relacionada.

Por otra parte, a nivel ideológico es claro que al emplear el signo propuesto “BODEGA TORO CENTENARIO” el mismo factor común de los registros que se encuentran inscritos “CENTENARIO” ello hace que la marca pedida evoque la misma idea en la mente del

consumidor, por ende, relacione las marcas como si fuesen de un mismo origen empresarial, induciendo inevitablemente a confusión al consumidor.

Ello, con independencia del significado específico que dicho concepto “CENTENARIO” contempla por la Real Academia Española, ya que dicha expresión tal y se indicó líneas arriba se encuentra contenido en su totalidad dentro de las marcas inscritas, lo cual conlleva a que el consumidor las relacione de manera directa, procediendo su denegatoria conforme al artículo 24 inciso c) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, que instituye que se le debe dar más importancia a las semejanzas que a las diferencias.

Ahora bien, recordemos que si los signos son totalmente diferentes, no se incluyen dentro del cotejo los productos o servicios, porque basta que no se confundan entre sí y que el consumidor al verlos no los relacione. El problema surge si existe algún tipo de identidad o similitud entre éstos, para lo cual también podríamos considerar al caso en examen la aplicación del principio de especialidad, en el sentido de que los servicios o productos deben ser totalmente diferentes y esto incluye, que ni siquiera se puedan relacionar.

Resumiendo, pueden existir en el mercado signos inscritos iguales o similares, pero protegiendo productos o servicios disímiles, situación que no se ajusta al caso bajo examen, por cuanto el signo propuesto “BODEGA TORO CENTENARIO” en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: *“Bebidas alcohólicas excepto cervezas”*, presentado por la compañía FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINÍCOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), respecto de los registros inscritos: nombre Comercial “TOUR CENTENARIO LA CASA DEL RON (THE RUM HOUSE)” registro 183012, para proteger y distinguir: *“Un establecimiento dedicado a realizar actividades turísticas y de esparcimiento para publicitar el negocio comercial, por medio de la exhibición de los productos fabricados, demostración del modo de fabricación de los productos y tour, excursión, gira, viaje y recorridos por la planta de la empresa. Ubicado*

en San José, Curridabat, cien metros oeste de la Municipalidad”, marca de fábrica “CENTENARIO” registro 66063, en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “Licores”, Señal de propaganda “CENTENARIO HARD COLA, la combinación perfecta” registro 163840, para proteger y distinguir: “Para promocionar la publicidad y propaganda relacionada con licores, productos fabricados y vendidos por la compañía CENTENARIO



INTERNACIONAL S.A.”, marca de fábrica y comercio

registro 232506, en clase 32 internacional, para proteger y distinguir: “Cervezas y bebidas



sin alcohol”, marca de fábrica y comercio

registro 257337, en

clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “Bebidas alcohólicas (excepto cervezas)”,



marca de fábrica y comercio

registro 258830, en clase 33

internacional, para proteger y distinguir: “Ron”, marca de fábrica y comercio



registro 258110, en clase 33 internacional, para proteger y



distinguir: “Ron”, marca de fábrica y comercio registro 265907, en clase 33 internacional, para proteger y distinguir: “Ron”, todos ellos propiedad de la compañía CENTENARIO INTERNACIONAL S.A., tal y como se desprende, los productos que protegen las marcas, evidentemente no solo se encuentran relacionados dentro de la misma actividad mercantil, sea, “bebidas alcohólicas” lo cual contempla toda la gama de productos que se pretenden proteger, sino que además, dirigidos al mismo sector de los consumidores y canales de distribución, y es en razón de ello que el riesgo de error y confusión es inevitable.

Asimismo, es importante destacar que el consumidor percibirá los productos de una u otra marca de la misma manera, dada su similitud y siendo que se encuentran destinados a una misma actividad comercial, lo cual podría causar el ya señalado riesgo de confusión, dado que los productos que ambas comercializan son afines y en consecuencia no podría otorgarse su protección registral en apego a lo dispuesto en el artículo 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.

SEXTO. SOBRE LOS AGRAVIOS. Señala el representante de la empresa FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), que la marca BODEGA DEL TORO CENTENARIO ha estado en el mercado por más de 100 años lo que refleja en su marca posición en el mercado, y que estas fueron reposicionadas en el primer nivel de este mercado a través del mejoramiento constante de la calidad de los productos en cada uno de los segmentos. Para dichos efectos se presentan los productos de la marca BODEGA TORO CENTENARIO (folio 75).

Ahora bien, respecto al citado argumento señalado en el párrafo anterior, cabe indicar al recurrente que el mismo no es de recibo en virtud de que lo que se discute en el presente proceso es la inadmisibilidad contemplada en el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, sea, ante la similitud contenida entre el signo marcario propuesto y los registros que se encuentran inscritos, y la posible afectación que podría generarse tanto para el titular de las marcas inscritas, como para los consumidores dada la posibilidad del riesgo de confusión que se podría crear entre las marcas y su respectivo origen empresarial, siendo ello el motivo del rechazo de la presente gestión. En consecuencia, se rechazan sus argumentaciones en ese sentido.

Ahora bien, para el caso que nos ocupa este Tribunal, considera que a pesar de haberse cumplido con el trámite establecido por el artículo 17 de la Ley de Marcas, la prueba mediante la cual la recurrente pretende demostrar el uso del signo impugnado, la cual consta de folios 90 al 106 del legajo de apelación, la misma no es de recibo ya que como se ha indicado líneas arriba lo que se discute no es el uso del signo, sino la similitud contemplada con los registros inscritos. Razón por la cual se rechazan sus argumentaciones y documentos de prueba en dicho sentido.

Por otra parte, respecto de las consideraciones del apelante en cuanto a que no existe similitud desde el punto de vista fonético e ideológico, y que el signo objetado debió ser analizado en visión de conjunto. Cabe indicar, que tal y como fue analizado en el considerando quinto de esta resolución se tiene por acreditado que hizo bien el Registro de la Propiedad Industrial al denegar la solicitud del signo pedido, ante la inadmisibilidad por motivos extrínsecos contemplados en el artículo 8 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, y artículo 24 de su Reglamento.

Aunado a ello, cabe aclarar al recurrente que el cotejo marcario se realiza cuando existe un derecho preferente, o sea, al tenor del artículo 8 de la Ley de Marcas, en cuanto a los motivos

extrínsecos, en función de los signos en pugna, sea, si el denominativo propuesto en contra posición con el o los registros que se encuentran inscritos podría desencadenar una afectación tanto para el titular de la marca, así como para con los consumidores a la hora de adquirir uno u otros productos. Por lo tanto, si la frase empleada por la compañía titular de los registros inscritos procede o no, sería una situación que no es procedente entrar a conocer en este procedimiento, ya que la inadmisibilidad como se ha indicado líneas arriba corresponde al contenido del artículo 8 de la Ley supra citada. En consecuencia, se rechazan los extremos señalados en dicho sentido.

Alega el apelante, que existen otras marcas registradas y vigentes en clase 33 internacional, que utilizan la palabra CENTENARIO y que no son propiedad de la compañía opositora, por lo que podría entenderse que el término CENTENARIO es de uso común en esta clase. Cabe aclarar al apelante, que el hecho de que existan signos inscritos con anterioridad no es una razón para inscribir, ya que en materia de marcas opera el principio de independencia, sea, donde cada caso es independiente y debe ser analizado conforme a su propia naturaleza y para un determinado fin, aunado a que los criterios de registración cada vez son más rigurosos dados los derechos que de ellos derivan. Razón por la cual se rechazan sus manifestaciones en ese sentido.

Finalmente, debe quedar claro que el elemento de “distintividad” es un requisito básico que debe cumplir todo signo que pretenda protección registral, con el que se persigue que el consumidor pueda elegir un determinado producto o servicio de entre una gama de los de la misma especie, con lo cual se reconoce también el mérito del titular de una marca, cuando ha logrado así posicionar su producto o servicio en el mercado.

Por las razones antes indicadas, este Tribunal concluye que efectivamente tal y como ha sido sostenido por el Registro de la Propiedad Industrial, el permitir la coexistencia registral del signo solicitado “BODEGA TORO CENTENARIO”, en clase 33 internacional, presentado

por la compañía FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINÍCOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), generaría riesgo de error y confusión, como asociación empresarial con respecto a los registros inscritos propiedad de la compañía CENTENARIO INTERNACIONAL S.A.

En razón de las consideraciones expuestas este Tribunal, estima procedente declarar sin lugar el recurso de apelación planteado por el Lic. José Antonio Muñoz Fonseca, apoderado especial de la empresa FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:13:06 horas del 9 de abril de 2018, la que en este acto se confirma en todos sus extremos, declarando con lugar la oposición planteada por la empresa CENTENARIO INTERNACIONAL S.A., y rechazando la solicitud de inscripción de la marca de servicios “BODEGA TORO CENTENARIO”, en clase 33 internacional.

SÉPTIMO. 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, Ley No. 8039 y 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, se declara **SIN LUGAR** el recurso de apelación interpuesto por el Lic. José Antonio Muñoz Fonseca, apoderado especial de la empresa FEDERACIÓN DE COOPERATIVAS VITIVINICOLAS ARGENTINAS COOPERATIVA LIMITADA (FECOVITA), en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Industrial a las 09:13:06 horas del 9 de abril de 2018, la que en este

acto se confirma en todos sus extremos, declarando con lugar la oposición planteada por la empresa CENTENARIO INTERNACIONAL S.A., y rechazando la solicitud de inscripción de la marca de servicios “BODEGA TORO CENTENARIO”, en clase 33 internacional. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, se da por agotada la vía administrativa, devuélvase el expediente a la oficina de origen, para lo de su cargo. **NOTIFÍQUESE.** -

Norma Ureña Boza

Kattia Mora Cordero

Ilse Mary Díaz Díaz

Jorge Enrique Alvarado Valverde

Guadalupe Ortiz Mora