



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente N° 2009-0828-TRA-PI

Solicitud de nulidad de la Marca “SPORTXTREME” (DISEÑO)

STOKELY –VAN CAMP INC., apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen 7186-2004)

Marcas y Otros Signos

VOTO N° 1363-2009

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.- Goicoechea, a las nueve horas, quince minutos del veintiséis de octubre de dos mil nueve.

Recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, mayor, abogado, divorciado, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número uno trescientos treinta y cinco setecientos noventa y cuatro, en su condición de apoderado especial de la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC**, una sociedad organizada y existente bajo la leyes de Estado de Indiana, Estados Unidos, domiciliada en 555 West Monroe Street, Chicago, estado de Illinois, en contra de la resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, veinte minutos del tres de junio de dos mil nueve.

RESULTANDO

PRIMERO. Que el nueve de noviembre dos mil cinco, el licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, apoderado especial de la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC**, presentó



solicitud de nulidad contra la marca

“SPORTXTREME”, Registro Número



152497, inscrita el 31 de mayo del 2005, en clase 31 del nomenclátor internacional, la cual protege y distingue : “*Agua hidratante o Izotónica con sabor a naranja*”.

SEGUNDO. Que el Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución dictada a las nueve horas, tres minutos del veintitrés de marzo de dos mil seis, confiere traslado de la solicitud de nulidad presentada al titular del la marca “**SPORT XTREME**”, mediante escrito presentado el ocho de junio del dos mil seis, el licenciado Ricardo Vargas Valverde, quien es apoderado especial del señor Esteban Gutiérrez Cruz, dentro del término concedido al efecto contesta la audiencia conferida por el Registro de la Propiedad Industrial.

TERCERO. Que la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial mediante resolución dictada a las diez horas, veinte minutos del tres de junio de dos mil nueve dispuso, en lo que interesa, lo siguiente: “(...) **POR TANTO:** (...) *se procede a rechazar la solicitud de nulidad planteada y en su lugar se confirma la inscripción del citado distintivo marcario “SportXtreme (diseño), Registro N° 152497, en clase 32 internacional a favor de ESTEBAN GUTIÉRREZ CRUZ, interpuesta por la empresa STOKELY –VAN CAMP INC., y confirmar la inscripción de dicho signo distintivo ...”*”

CUARTO. Que inconforme con la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, el apoderado de la empresa **STOKELY –VAN CAMP IN** presentó recurso de apelación y por esa razón conoce este Tribunal.

QUINTO. Que 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 la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución dentro del plazo legal y previas las deliberaciones de rigor.



Redacta el Juez Rodríguez Jiménez, y;



CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANDO A LOS HECHOS PROBADOS. De importancia para la resolución de este asunto, se tienen los siguientes:

1. Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentran inscritas a favor de **STOKELY –VAN CAMP INC.**, los siguientes signos distintivos:

Signo Distintivo	Clase	Registro N°	Fecha de Inscripción
	32	92926	13/09/ 1995
	32	92925	13/09/1995

Ambas marcas distinguen: “Bebidas no alcohólicas y preparaciones para hacerlas”.(Ver folios 120 a 123 del expediente)

2. Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito a favor de **ESTEBAN GUTIÉRREZ CRUZ** el siguiente signo distintivo:

Signo Distintivo	Clase	Registro N°	Fecha de Inscripción
------------------	-------	-------------	----------------------



32

152497

31/05/2005

Distingue Agua hidratante o isotónica con sabor a naranja. (Ver folios 124 a 125 del expediente).

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Se tiene como hecho no probado, el indicado por el Registro en la resolución recurrida venida enalzada.

TERCERO. EN RELACION A LA RESOLUCIÓN APELADA Y LOS ARGUMENTOS DEL APELANTE. La Dirección del Registro de la Propiedad Industrial resolvió rechazar la solicitud de nulidad en contra de la marca “**SPORTXTREME**, Registro Número 152497, con fundamento en lo siguiente: “(...) *En el caso particular, en cuanto a la comparación del signo figurativo 92925 y el signo mixto 92926 con la marca mixta 152497, respecto de la figura estilizada de rayo, no es posible concebir algún tipo de confusión ideológica o gráfica, obviamente mucho menos fonética, ya que la marca objeto de nulidad, comprende una letra X que sobresale en el diseño y uno de los cuatro extremos de esa letra, se extiende de una forma que asemeja a la figura de un rayo delgado, mientras que el elemento figurativo tanto del registro 92925 como del 92926, es una figura poligonal gruesa que se puede percibir como un rayo; sin embargo, las estilizaciones de la figura del rayo, son a todas luces, totalmente diferentes entre sí...*”

Por su parte, el Licenciado Víctor Vargas Valenzuela, en representación de la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC**, inconforme con esa decisión, señala que las marcas de su representada “**GATORADE**” Y “**DISEÑO ESPECIAL**”, con números de inscripción **92.926** y **92.925** respectivamente, son anteriores a la marca “**SPORTXTREME (DISEÑO)**” y evidentemente debió el Registro de la Propiedad Industrial haber protegido el derecho de quien con su esfuerzo y publicidad han colocado una marca de renombre en el mercado



costarricense. Añade, que en las etiquetas se observa claramente la disposición de los elementos tanto de las marcas inscritas por su representada, como los elementos que se agregaron a la marca inscrita por Esteban Gutiérrez, notándose que los colores naranja, amarillo y negro, así como el rayo que ha caracterizado a los productos de **STOKELY –VAN CAMP INC.**, están colocados de tal manera que los consumidores asociarán que se trata de la marca “**GATORADE**” o de los productos de **STOKELY –VAN CAMP INC**, porque precisamente son los elementos que se utilizan hasta en la misma disposición para productos idénticos.

CUARTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. ACERCA DE LA NOTORIEDAD DE LA MARCA ALEGADA POR EL RECURRENTE. Respecto de la notoriedad alegada, este Tribunal considera, al igual que el Registro **a quo**, que la empresa apelante no demuestra tal notoriedad, tomando en cuenta los criterios para reconocer la existencia de la misma, conforme los parámetros del artículo 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, no bastando un alegato puro y simple. En tal sentido conviene indicar que este Tribunal ha resuelto en forma reiterada acerca de la notoriedad de las marcas y las pruebas que deben aportarse. **Así por ejemplo, en el voto No. 150-2007 de las once horas con treinta minutos del veintiséis de abril de dos mil siete**, en lo conducente dice: “...*La notoriedad tampoco está demostrada, pues una cosa es, tener inscrita una marca junto con los respectivos permisos sanitarios y otra es, que efectivamente, el producto que ampara dicha marca, haya sido introducido al mercado, y por ende, sea del conocimiento del público consumidor. Conforme lo establece la doctrina, “Se entiende por marca notoria la que es conocida por un sector mayoritario o representativo del mercado relevante del producto o servicio de que se trate, en virtud de su uso intenso y constante.” (Metke Méndez, Ricardo, Lecciones de Propiedad Industrial, Editorial Diké, Medellín, Colombia, 2001, p. 133).* En igual sentido se dice, que “*La marca notoria, por lo tanto, es aquella conocida por casi la totalidad del público, aunque identificada con un producto o servicio determinado*” (Iglesias Muñoz, Estudio Jurisprudencial de Marcas y Patentes, LexisNexis, Chile, 2003, pp. 185-186). (...)



*Se pretendió demostrar las ventas con dos facturas de exportación del año 2003, las cuales son insuficientes, pues lo único que muestran son un par de exportaciones por un total de 350 unidades del producto, que de por sí no son suficientes para tener por acreditado el conocimiento por parte del público consumidor. Tratándose de un producto de alto consumo como lo es un analgésico, **la accionante debió de haberse preocupado en hacer llegar a los autos pruebas adicionales que demostraran el acceso al mercado, tales como el volumen de las ventas, el porcentaje del mercado en que está posicionado, la publicidad llevada a cabo y en fin, todo lo necesario para demostrar el posicionamiento del producto entre el público consumidor...**” (lo resaltado no es del original).*

Nótese que en este caso, con independencia de valoraciones respecto de la notoriedad de la marca conforme el Convenio de París o la misma Ley de Marcas costarricense, según los parámetros establecidos dentro del artículo 44, nos estamos enfrentando a la insuficiencia de prueba aportada por la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC** para demostrar la notoriedad, las cuales, tal y como ha mantenido este Tribunal, son de carácter indiciario, siendo que las mismas requieren de ser complementadas, pues por sí solas no demuestran la notoriedad de ellas.

Además de lo anterior, este Tribunal considera, que en todo caso queda claro del artículo 44 de la Ley de Marcas que el ámbito de protección de la marca notoria –demostrada tal condición-, tiene como finalidad evitar riesgos de confusión, a partir de los cuales, pueda darse un aprovechamiento injusto del prestigio de una marca o que pueda sugerir una conexión con ella, cuya evaluación por parte del calificador debe ser aún más rigurosa. Lo anterior deriva del mismo artículo 44, párrafos segundo y tercero cuando en lo conducente establecen: “...*el Registro de la Propiedad Industrial podrá rechazar o cancelar el registro y prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio, o bien, de una marca de servicio que constituya la reproducción, imitación o traducción de una marca notoriamente conocida, registrada o no, y utilizada para bienes idénticos o similares, la cual sea susceptible de crear confusión. El*



Registro de la Propiedad Industrial no registrará como marca los signos iguales o semejantes a una marca notoriamente conocida, registrada o no, para aplicarla a cualquier bien o servicio, cuando el uso de la marca por parte del solicitante del registro, pueda crear confusión o riesgo de asociación con los bienes o servicios de la persona que emplea esa marca, constituya un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o sugiera una conexión con ella, y su uso pueda lesionar los intereses de esa persona”.

QUINTO. SOBRE LA ACCION DE NULIDAD En el presente asunto tenemos que el registro que se pretende anular es la marca “**SPORTXTREME (DISEÑO)**”, la cual data de fecha 31 de mayo del 2005, inscrita bajo el Registro N° 152497, y al efecto, el representante de la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC**, en cuanto a este punto alegó lo siguiente: Primero. Titularidad de los registros 92925 y 92926, así como el conocimiento mundial de los mismos. Segundo. Solicitud expresa de nulidad del registro 152497 por contravenir los artículos 8 inciso a) y 7 incisos a), c) y j), así como la existencia de mala fe del titular del registro objeto de nulidad. Tercero. Que existe confusión ideológica y gráfica por similitud de los signos en cuanto al elemento figurativo del rayo. Por su parte, el licenciado Ricardo Vargas Valverde en su condición de apoderado especial de **ESTEBAN GUTIERREZ CRUZ**, titular del distintivo “**SPORTXTREME (DISEÑO)**” indicó a) Que la figura del rayo no es propiedad de **STOKELY –VAN CAMP INC**, que ese símbolo es un genérico y que a ninguna empresa le interesa aprovecharse de la pureza de la marca “**GATORADE (DISEÑO)**”, sino que les interesa aprovecharse de la figura natural del rayo y la que esta representa. b) Que tanto la marca **SPORTXTREME (DISEÑO)**, como la de los registros **92925 y 92926 protegen productos líquidos** diferentes. c) Que el rayo es un genérico y todo el mundo lo utiliza comercialmente ya que expone una señal de fuerza, electricidad y poder al consumidor d) Que la inscripción del símbolo del rayo en otros países por parte del solicitante no implica que ningún productor pueda utilizar el rayo en sus productos.

Doctrinalmente, en relación a la causa de nulidad fundada en mala fe, el autor Carlos



Fernández Nóvoa, remite a la resolución de la primera División de Anulación de la OAMI de 28 de marzo de 2000, citando el fundamento número 11, que dice: “(...) 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” **FERNÁNDEZ NÓVOA, Carlos, Tratado Sobre Derecho de Marcas, Segunda Edición, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales S.A., Madrid, 2004 p. 639.**

En el presente asunto, no consta prueba que demuestre fehacientemente que haya existido mala fe por parte del señor **ESTEBAN GUTIERREZ CRUZ**, al momento de solicitar el registro de la marca” **SPORTXTREME (DISEÑO)**”y que concluyera con la inscripción del mismo, por lo que ante la escasez de prueba, dicho argumento del apelante debe rechazarse.

SEXTO. CONFRONTACIÓN DE LOS SIGNOS EN PUGNA. Este Tribunal ha sostenido que “*El Registro debe verificar para el otorgamiento de la protección de la marca a través de la concesión y registro de la misma que se cumplan los requisitos establecidos en la Ley. Al respecto, un requisito fundamental para el otorgamiento de la protección marcaría es que la marca que se pretende proteger presente aptitud distintiva para diferenciar los productos provenientes de diversos consumidores, es decir que presente las cualidades intrínsecas para ese fin (o en sentido negativo que no presente impedimentos de registro de carácter intrínseco).*”

Por otro lado, la marca que se pretende proteger no debe lesionar los derechos e intereses legítimos de los titulares de marcas registradas o en proceso de registro tal y como lo ordena el artículo 8 de la Ley de Marcas. La marca que se pretende proteger no debe generar un riesgo de confusión al público consumidor. Este riesgo de confusión se presenta cuando entre dos o más signos se presentan similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, sea que se presente una similitud de carácter visual, auditivo o ideológico. De ahí la necesidad de



realizar un cotejo entre las marcas que se pretende proteger y las ya registradas o en proceso de registro, cotejo que se encuentra regulado en el Artículo 24 del Reglamento a la Ley de Marcas, Decreto N° 30233-J.

“Artículo 24.- Reglas para calificar semejanza. Tanto para la realización del examen de fondo como para la resolución de oposiciones, se tomará en cuenta, entre otras, las siguientes reglas:

- a) Los signos en conflicto deben examinarse en base de la impresión gráfica, fonética y/o ideológica que producen en su conjunto, como si el examinador o el juzgador estuviese en la situación del consumidor normal del producto o servicio de que se trate.*
- c) Debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos;*
- d) Los signos deben examinarse en el modo y la forma en que normalmente se venden los productos, se prestan los servicios o se presentan al consumidor, tomando en cuenta canales de distribución, puestos de venta y tipo de consumidor a que van destinados;*
- e) 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;*
- f) No es necesario que haya ocurrido confusión o error en el consumidor, sino es suficiente la posibilidad de que dicha confusión o error se produzca, teniendo en cuenta las características, cultura e idiosincrasia del consumidor normal de los productos o servicios; o*
- g) Si una de las marcas en conflicto es notoria, la otra debe ser clara y fácilmente diferenciable de aquella, para evitar toda posibilidad de aprovechamiento indebido del prestigio o fama de la misma.*



Para determinar tal riesgo, el operador de Derecho primero debe colocarse en el lugar del consumidor presunto, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado en tales signos. Luego, debe atenerse a la impresión de conjunto que despierten ambos signos, sin desmembrarlos; analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro) dando más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos. De lo que se trata, entonces, es de que se impida la inscripción de un signo, que por sus similitudes con otro pueda provocar en los consumidores la falsa creencia, vía asociación mental, de que los productos o servicios protegidos por unos y otros, tienen un mismo origen o una misma procedencia empresarial, lo que podría constituir un aprovechamiento injusto o inmerecido, de la reputación que pudieren ya haber alcanzado los productos o servicios de la empresa que le resulte competidora. En resumen, el cotejo marcario se justifica por el derecho del titular de un signo a la individualización de su producto o servicio, en términos que impida una competencia desleal, y por el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

Bajo esa misma línea, hay que destacar que la labor de determinar si una marca es confundible con otra presenta diferentes matices y complejidades según que entre los signos en proceso de comparación exista identidad o similitud, y según la clase de productos o servicios a los que cada uno de esos signos pretenda distinguir. Cuando se trata de marcas idénticas, el análisis se facilita, pues sólo se debe precisar la identidad entre los signos confrontados, el riesgo de confusión no se presenta por estar dirigidos a distinguir productos o servicios disímiles, o si, en otro caso, a pesar de eso, el carácter notorio de una marca preexistente se debe imponer. En los demás casos de comparación, sea por semejanza o similitud, en cambio, el análisis exige un mayor esfuerzo, porque hay que realizar un juicio de valor sobre si el grado de similitud existente puede o no generar error entre el público consumidor, teniendo en cuenta cuál es el público al que los bienes se encuentran dirigidos y, como se expresó, la naturaleza de los productos o servicios a distinguir y proteger, consideraciones todas que son observadas en esta oportunidad. Debe ponerse además



atención a la necesidad de evitar la competencia desleal que se generaría en el caso de que competidores quieran aprovecharse de forma indebida la fama de una marca o de su prestigio, el cual otorga una ventaja comercial de los productos identificados con esa marca producto del esfuerzo e inversión de quien la posicionó en el mercado.” (Voto N° 371-2009, de las ocho horas con treinta minutos del veinte de abril del dos mil nueve).

Además, en el presente caso resulta conveniente traer a colación lo que la doctrina ha establecido en cuanto a los conceptos de marcas denominativas, marcas gráficas y marcas mixtas, que los autores Gabriel A. Martínez Medrano y Gabriela M. Soucasse definen así:

*“Una marca **denominativa** está compuesta por letras, palabras o números, pudiendo variarse el tipo de letra y utilizarse luego con gráficos u otros aditamentos. El alcance de la protección sólo alcanza a la palabra, letra, número, pero deja de lado la tipografía y todo otro agregado con el que se la use. Las marcas **gráficas** carecen de palabras, letras o números. Se trata simplemente de dibujos o cuerpos tridimensionales. También se las denomina marcas anexas. (...) Las marcas **mixtas** están compuestas por un texto acompañado de un gráfico. Se cotejan tanto con las marcas denominativas, como con las gráficas y con las otras mixtas.” (Derecho de Marcas. Ediciones La Rocca. Buenos Aires, 2000, pp.48-49).*

En virtud de lo expuesto, debe concluirse que las marcas bajo examen a saber, “**SPORTXTREME**” (**DISEÑO**) que es una marca mixta, en donde prevalece lo denominativo, pues está compuesta por letras que forman una palabra; y por otro lado, se encuentran los signos inscritos “**GATORADE**” Y “**DISEÑO ESPECIAL**”, con números de inscripción **92.926** y **92.925** respectivamente, que son en dicho orden mixta y gráfica, en donde en “**GATORADE**” prevalece también lo denominativo, según puede desprenderse de las certificaciones que constan en el expediente de folios 120 al 123, lo que obliga a tomar en cuenta que, conforme a la doctrina marcaria, el elemento denominativo es el que debe prevalecer en el cotejo, por cuanto:



“(…) la palabra es el medio más usual para solicitar el producto al que se refiere la marca. El signo gráfico, por lo tanto quedaría disminuido frente a la denominación, salvo el que tenga notoriamente un distintivo figurativo que sea capaz de inducir al público a requerir el bien o servicio a través del concepto que el signo gráfico evoca y no de la palabra o denominación…” (Ver resolución dictada por Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, el 27 de febrero de 2002, dentro del Proceso 79-IP-2001).

Queda claro de lo antes expuesto, que en el cotejo de las tres primeras marcas confrontadas el elemento preponderante y factor tópico, es el denominativo, porque es éste, más que el gráfico, el tema de su enunciado y hacia dónde se dirige, directa y generalmente la atención del consumidor.

Dicho lo anterior, y teniendo presente que los términos analizados anteriormente son denominativos, con excepción de la registrada bajo el número 92925 que es gráfica, para los efectos del presente cotejo marcario, se tiene que en el caso bajo examen los elementos denominativos de las marcas contrapuestas son los siguientes:

MARCAS INSCRITAS

TITULAR STOKELY –VAN CAMP INC,



REG: 92926



REG: 92925

MARCA CUYA NULIDAD SE SOLICITA



TITULAR ESTEBAN GUTIÉRREZ CRUZ



REG 152497

Visto lo anterior, debemos indicar, que en la resolución recurrida, el Registro apunta que en cuanto a la comparación de los signos figurativo 92925 y el signo mixto 92926 con la marca mixta 152497, respecto de la figura estilizada del rayo, no es posible concebir algún tipo de confusión ideológica o gráfica, obviamente mucho menos fonética, ya que la marca objeto de nulidad, comprende una letra X que sobresale en el diseño y uno de los cuatro extremos de esa letra, se extiende de una forma que asemeja a la figura de un rayo delgado, mientras que el elemento figurativo tanto del registro 92925 como del 92926, es una figura poligonal gruesa que se puede percibir como un rayo; y que las estilizaciones de la figura del rayo, son a todas luces, totalmente diferentes entre sí. Al respecto comparte este Tribunal el razonamiento esbozado por el a quo en la resolución recurrida venida en alzada, ya que efectivamente la marca “**SPORTXTREME**” en lo denominativo, difiere totalmente de “**GATORADE**” y sus elementos gráficos difieren también de la grafía de las marcas inscritas a nombre de la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC**, por lo que conforme fue explicado por el Registro y que este Tribunal comparte, considera este Tribunal Colegiado que existe una distinción suficiente, entre los distintivos contrapuestos, lo cual permite su coexistencia registral, de tal suerte que no existe un riesgo de confusión en el consumidor medio.

Conforme lo anterior, tenemos, que entre la marca “**SPORTXTREME**”, cuya nulidad se solicita, y las marcas “**GATORADE**” Y “**DISEÑO ESPECIAL**” inscritas, es factible pensar en la inexistencia de un riesgo de confusión o de asociación, pues, se vislumbra que existe posibilidad que al estar el consumidor promedio frente a la denominación de una u otra marca,



puede hacer la diferencia entre ambos signos distintivos, de tal manera que no existe la posibilidad de que realice una conexión entre los titulares de los signos, por lo que el consumidor no es inducido a error o engaño en cuanto a una misma procedencia empresarial de los productos, situación que le da distintividad a la marca inscrita **SPORXTREME**”, de ahí, que la mayoría de este Tribunal comparte lo señalado por el Registro a quo, en la resolución recurrida venida en alzada.

Hecho el ejercicio anterior, y aplicadas las reglas del cotejo conforme a lo establecido en el ordinal 24 del Reglamento de la Ley de Marcas, en la resolución venida en alzada, este Tribunal arriba a la conclusión de que es posible la coexistencia registral de las marcas contrapuestas, porque no dan lugar, tal y como lo manifestáramos en líneas atrás, a que el público consumidor crea que los productos a distinguir tienen un origen común.

SETIMO. SOBRE LO QUE DEBE RESOLVERSE. Comparte la mayoría de este Tribunal lo dispuesto por el Registro de la Propiedad Industrial en la resolución venida en alzada, por lo que procede a declarar sin lugar el recurso de apelación formulado por el licenciado Víctor Vargas Valenzuela apoderado de la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC** contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, veinte minutos del tres de junio de dos mil nueve.

OCTAVO. 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 y 2° del Reglamento Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo Decreto Ejecutivo N° 35456-J publicado en el Diario Oficial La Gaceta del 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa.



POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, la mayoría de este Tribunal declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el apoderado de la empresa **STOKELY –VAN CAMP INC**, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, veinte minutos del tres de junio de dos mil nueve, la que en este acto se confirma. Se da por agotada la vía administrativa. 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.**

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez

MSc. Jorge Enrique Alvarado Valverde

Lic. Luis Jiménez Sancho

Lic. Walter Méndez Vargas

M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora



DESCRIPTORES

Marcas inadmisibles por derechos de terceros

-TE. Marca registrada o usada por un tercero

-TG. Marcas inadmisibles

-TNR. 00.41.33