

Expediente N°: 2007-0008-TRA-PI

Solicitud de inscripción de la marca “Numar Increíble, Es Mejor Que Mantequilla”

**Unilever N.V., y Cooperativa de Productores de Leche Dos Pinos R.L.,
Apelantes**

Registro de Propiedad Industrial (Expediente de origen N° 6031-02)

[Subcategoría: Marcas y otros signos]

VOTO N° 171-2007

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las nueve horas con treinta minutos del once de mayo de dos mil siete.

Recursos de Apelación interpuestos por la Licenciada **Marianella Arias Chacón**, mayor de edad, casada una vez, Abogada y Notaria, vecina de San José, titular de la cédula de identidad número 1-679-960, quien dijo ser *Apoderada Especial* de **UNILEVER N.V.**, una sociedad constituida y existente conforme a las leyes de Países Bajos, con domicilio en Róterdam, Países Bajos; y por el señor **Jorge Julio Pattoni Sáenz**, titular de la cédula de identidad número 1-398-416 y demás calidades no acreditadas en el expediente, en su calidad de *Apoderado Generalísimo Sin Límite de Suma* de la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.**, titular de la cédula de persona jurídica número 3-004-045002, ambos en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con doce minutos del tres de julio de dos mil seis, dentro de la solicitud de inscripción de la marca de fábrica “NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA”, en Clase 29 de la clasificación internacional, promovida por el Licenciado **Robert Christian van der Putten Reyes**, mayor de edad, casado una

vez, Abogado, vecino de Escazú, San José, titular de la cédula de identidad número 8-079-378, en su calidad de *Apoderado Especial* de **COMPAÑÍA NUMAR SOCIEDAD ANÓNIMA**, titular de la cédula de persona jurídica número 3-101-173998.

RESULTANDO

I.- Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 30 de agosto de 2002, el Licenciado **Robert Christian van der Putten Reyes**, en representación de **COMPAÑÍA NUMAR SOCIEDAD ANÓNIMA**, solicitó la inscripción del signo “**NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA**”, como marca de fábrica en **Clase 29** del nomenclátor internacional, para proteger y distinguir aceites y grasas comestibles.

II.- Que una vez publicados los avisos de ley, dentro del plazo respectivo el Licenciado **Fernán Vargas Rohmoser**, en representación de **UNILEVER N.V.**, y el señor **Jorge Julio Pattoni Sáenz**, en representación de la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.**, mediante escritos presentados los días 15 de marzo y 17 de marzo, ambos de 2005, formularon respectivamente oposición a la inscripción de la marca propuesta, alegando básicamente que de autorizarse su registro, se perjudicarían los derechos e intereses de sus respectivas patrocinadas, así como los del público consumidor.

III.- Que mediante resolución dictada a las quince horas con doce minutos del tres de julio de dos mil seis, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso: “**POR TANTO:** / *Con base en las razones expuestas y citas de la Ley N° 7978, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa del Consumidor N° 7472, Convenio de País, Acuerdo de los ADPIC, se resuelve: **Se declaran sin lugar las oposiciones interpuestas por***

los apoderados de UNILEVER y Cooperativa de Productores de Leche DOS PINOS, contra la solicitud de inscripción de la marca NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA en clase 29 internacional, presentada por COMPAÑIA [sic] NUMAR SOCIEDAD ANONIMA [sic], la cual se ACOGE (...). NOTIFÍQUESE” (Las negritas son del original).

IV.- Que inconformes con lo resuelto, mediante escritos presentados ante el Registro de la Propiedad Industrial, uno el 10 de julio de 2006, la Licenciada **Marianella Arias Chacón**, atribuyéndose la calidad de *Apoderada Especial* de **UNILEVER N.V.**, y el otro el 9 de octubre de 2006, el señor **Jorge Julio Pattoni Sáenz**, en representación de la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.**, apelaron la resolución referida, y por escritos presentados ante este Tribunal el 30 de marzo del año en curso, ambas entidades expusieron sus agravios.

V.- Que a la sustanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde, y no se han observado causales, defectos u omisiones que causen la indefensión a las partes 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 CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Por carecer la resolución venida en alzada de un elenco de hechos probados, este Tribunal opta por enlistar

con tal carácter, los siguientes:

- 1º Que el Licenciado Robert Christian van der Putten Reyes y la Licenciada Giselle Reuben Hatounian, son Apoderados Especiales de **COMPAÑÍA NUMAR SOCIEDAD ANÓNIMA** (ver folio 160).
- 2º Que el señor Jorge Julio Pattoni Sáenz, es Apoderado Generalísimo Sin Límite de Suma de la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.** (ver folio 83).

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Como tal, se tiene el siguiente:

Único: Que la licenciada Marianella Arias Chacón sea apoderada de **UNILEVER N.V.** (No consta en el expediente prueba que así lo demuestre).

TERCERO. EN CUANTO A LA FALTA DE LEGITIMACIÓN PARA LA INTERPOSICIÓN DEL RECURSO DE APELACIÓN PRESENTADO POR CUENTA DE UNILEVER N.V. De acuerdo con el poder especial conferido en el extranjero por la empresa **UNILEVER N.V.**, certificado a folios del 227 al 230 del expediente, se deduce que tanto el Licenciado **Fernán Vargas Rohmoser**, quien formuló la oposición visible a folios del 16 al 77, como el Licenciado **Manuel Peralta Volio**, quien expresó agravios ante esta instancia en el escrito que rola los folios del 238 al 259, son ellos, efectivamente, apoderados especiales con facultades suficientes para representar en este asunto a la citada empresa **UNILEVER N.V.**

No ocurre lo mismo en el caso de la Licenciada **Marianella Arias Chacón**, profesional que por cuenta de esa compañía procedió a la interposición, mediante el escrito visible a folio 192, de un recurso de apelación en contra de la resolución final dictada por el Registro **a quo**.

Lo anterior se debe a que, tal como se infiere del primer testimonio visible a folio 107,

referente a una escritura pública otorgada el 16 de agosto de 2005, donde el Licenciado **Vargas Rohrmoser** sustituyó su poder en la persona de la Licenciada **Arias Chacón**, fue una escritura que no se ajustó a lo previsto en los artículos 84 del Código Notarial, 28 y 1256 del Código Civil, por cuanto ahí se omitió consignar el nombre del funcionario que autorizó el poder original sustituido, tal como lo advirtió este Tribunal en la resolución dictada a las 10:45 horas del 14 de febrero de 2007 (ver folio 207), oportunidad esa en que se le confirió a la parte interesada un plazo prudencial para que se subsanara dicha falencia.

Sin embargo, la omisión en la que se incurrió en la citada sustitución de poder, **no fue corregida** en ningún momento y, por consiguiente, la consecuencia obligada de ello es que no estando perfeccionada la representación de la empresa **UNILEVER N.V.** por parte de la Licenciada **Arias Chacón**, a la fecha en que fue apelada la resolución venida en alzada, sea, el 10 de julio de 2006, cabe concluir que carecía dicha profesional de la necesaria **legitimatio ad procesum** para impugnar por cuenta de la empresa mencionada.

Entonces, como para intervenir válidamente en representación de otra persona, es necesario que el representante cuente con un poder suficiente e idóneo que lo faculte para ejercer el mandato encomendado, pues de faltar aquél, tal como ocurrió en el caso bajo examen, tal representación deviene como insubsistente, careciendo de la eficacia que se requiere para su validez jurídica. Por eso, lo procedente es declarar sin lugar el Recurso de Apelación interpuesto por la Licenciada **Arias Chacón**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con doce minutos del tres de julio de dos mil seis, por su falta de legitimación procesal para actuar en representación de **UNILEVER N.V.**

CUARTO. EN CUANTO AL FONDO. RELEVANCIA PRÁCTICA DE LAS MARCAS.

Las **marcas**, como signos que distinguen productos o servicios, juegan en el comercio un papel esencial, porque su principal función consiste en diferenciarlos, brindándoles la ventaja de no ser confundidos con otros similares que resulten competidores suyos. Con sus marcas, los titulares buscan distinguirse unos de otros, atraer clientes, forjar preferencias y –si con ellas garantizan una determinada calidad o prestación– consolidar fidelidades.

Por consiguiente, las marcas no sólo son útiles e imprescindibles para los fabricantes y comerciantes –si así fuera, no tendrían efecto alguno–, sino que también son útiles para los consumidores, por cuanto si tales signos son un referente de la reputación de un producto o un servicio, es un hecho que aquellos están obligados a elegir, comprobar y recordar, selectivamente, una marca en particular, entre las distintas marcas que el mercado ofrece.

Por tales razones, la inscripción de una marca debe hacerse de forma tal que no afecte a otra y otras ya existentes o inscritas, sea por su identidad, sea por un acercamiento competitivo perjudicial; o que pueda provocar confusión o engaño en el público consumidor sobre la identidad del producto o servicio de que se trate. Partiendo de esa dinámica, el derecho de marca trata de proteger a su titular, por la publicidad que vaya a hacer respecto de los productos que elabora, distribuye o vende, o de los servicios que presta, permitiéndoles su debida identificación, y al mismo tiempo protege a los consumidores, brindándoles alguna certeza acerca de la esperada calidad del producto o servicio que estará adquiriendo.

La importancia económica de las marcas, entonces, es más que evidente, y es por eso que lo usual es que las empresas inviertan cifras exorbitantes en publicidad, promociones y en otras estrategias de mercadeo, para que su público meta adquiera lo que le ofrecen. Esa publicidad tiende a lograr crear, pues, en la mente del consumidor, una asociación natural entre una marca y el producto o servicio que ella

identifica. Así, resulta vital para el éxito comercial de un producto o servicio, conseguir, crear y mantener vigente en el público esa relación o simbiosis marca-producto, o marca-servicio.

QUINTO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. En el caso bajo examen, la **COMPAÑÍA NUMAR S.A.** solicitó la inscripción del signo “**NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA**”, como marca de fábrica en **Clase 29** del nomenclátor internacional, para proteger y distinguir aceites y grasas comestibles, solicitud a la que la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.** se opuso, aduciendo en términos generales, que tal signo contravenía lo establecido en el artículo 7º de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (Nº 7978, del 6 de enero de 2000, en adelante “Ley de Marcas”); y que estaba compuesto por términos inapropiables por ser de uso genérico, y dentro de ellos un adjetivo calificativo, que no puede utilizarse como marca; sosteniendo entonces que de autorizarse su inscripción, se perjudicarían sus derechos e intereses, así como los del público consumidor.

En la resolución apelada el Registro de la Propiedad Industrial dispuso declarar sin lugar esa oposición, y acoger la solicitud de inscripción indicada, entrando a considerar los argumentos de la oposición fallida presentada por **UNILEVER N.V.**, para concluir con que el signo “**NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA**” no podía provocar algún riesgo de confusión respecto de una marca inscrita perteneciente a dicha opositora. Con relación a la oposición presentada por la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.**, cuya apelación subsiste, en la resolución venida en alzada se guardó silencio.

Al apelar la citada Cooperativa, se adujo que el signo solicitado no servía como marca por cuanto carecía de fuerza distintiva; que violaba lo preceptuado en el artículo 7º de la Ley de Marcas que prevé los impedimentos intrínsecos para la

inscripción de las marcas; y que la inclusión del adjetivo “**MEJOR**” en la marca propuesta, causaba confusión y engaño en el público consumidor. Y al expresarse los agravios, tras ser reiterados los anteriores motivos de inconformidad, se acotó que la resolución apelada debía ser revocada, porque implicaba además la trasgresión del Decreto Ejecutivo N° 33288-MEIC-MAG-S, del 16 de mayo de 2006, por el que se aprobó el reglamento técnico, aún vigente, denominado “RTCR 395-2006. Para el uso de términos lecheros”.

SEXTO. EXAMEN DE REGISTRABILIDAD DE LA MARCA PROPUESTA. De acuerdo con la Ley de Marcas, no se permite el registro de los signos que carezcan de distintividad: **a) sea por razones intrínsecas**, porque se tratan de términos descriptivos que hacen mención a alguna de sus características, tales como calidad, cantidad, valor, destino, o cualquier otra de semejante naturaleza, o bien faltos de distintividad o engañosos, según señala, entre otros, el artículo 7º de la Ley de Marcas; y **b) sea por razones extrínsecas o por derechos de terceros**, es decir, cuando se pudiere originar un *riesgo de confusión* entre los signos contrapuestos, por las eventuales similitudes que mostraren y que pudieren provocar la falsa creencia de que los productos o servicios que protegen, tienen un mismo origen empresarial, que es a lo que se refiere, en su esencia, el artículo 8º de la Ley de Marcas.

Partiendo de lo expuesto, y reexaminada la marca propuesta, “**NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA**”, como marca de fábrica en **Clase 29** del nomenclátor internacional, para proteger y distinguir aceites y grasas comestibles, este Tribunal arriba a una conclusión diametralmente opuesta a la establecida por el Registro **a quo** en la resolución apelada, pues una vez examinada dicha marca, no halla este órgano de alzada que cuente con la distintividad necesaria para que goce

de protección, por cuanto incurre en las prohibiciones a las que se refieren los incisos d), g) y j) del artículo 7º de la Ley de Marcas.

En lo que respecta al inciso **d)**, que entre otros aspectos prohíbe la inscripción de signos que puedan servir “(...) *para calificar o describir alguna característica (...)*” del producto o servicio a cobijar con la marca, está claro que la inclusión de las palabras “**INCREÍBLE**” y “**MEJOR**” en la marca propuesta, por la manera en que ésta está redactada, estarían calificando al sustantivo “**NUMAR**”. En efecto, en la 22ª edición del Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, se establece que el vocablo “**increíble**”, es un adjetivo que significa “Que no puede creerse” (o que algo es “Muy difícil de creer”), y que el vocablo “**mejor**”, es otro adjetivo que significa “Superior a otra cosa y que la excede en una cualidad natural o moral” (o que es algo “Preferible o más conveniente” que otra cosa).

Ahora bien, ese mismo diccionario establece que un **adjetivo** es todo aquello que expresa una cualidad o accidente, es decir, una palabra que no tiene independencia lingüística, porque necesita la existencia de un nombre para existir, pues expresa siempre una cualidad del sustantivo al que acompaña. Por ende, es un elemento “adjuntado” al sustantivo, del que expresa cualidades, y siempre irá referido a éste, sea cual sea su función sintáctica. En el plano gramatical, el adjetivo es lo “*Que califica o determina al sustantivo*”, distinguiéndose en esa misma obra que un **adjetivo calificativo** es toda “*Palabra que acompaña al sustantivo para expresar alguna cualidad de la persona o cosa nombrada*”.

Sobre tales adjetivos calificativos se ha dicho que:

«... son los que más genuinamente significan la cualidad, es decir, lo peculiar de los comportamientos, los objetos, las actitudes... En los adjetivos la cualidad se presenta como inherente y polar. Por la



inherencia la cualidad es vista “como algo inseparablemente ligado al objeto o persona, algo que es suyo en tanto en cuanto el objeto o la persona existen”, al decir de Sobejano (1970: 99); ser inherente el adjetivo equivale a estar estrechamente unido al sustantivo. Por la polaridad el adjetivo se sitúa en uno de los dos polos contrapuestos de un eje semántico (en la teoría de Greimas un eje semántico es el común denominador significativo de dos términos opuestos); ser polar el adjetivo equivale a ser capaz de formar parte de un sistema binario. Algunos ejemplos: joven, recio, fuerte, ligero, lento, triste, alegre, bueno, malo, dulce, torpe, grande, tierno, mustio, espeso, flaco... Todos ellos son inherentes gramaticalmente, es decir, representados como esenciales a un objeto o persona. Y son, además, polares; sólo con ánimo de ejemplificar, que no de analizar, se puede decir que los siguientes adjetivos emparejados constituyen los dos polos contrapuestos de un mismo eje semántico: caliente / frío, claro / oscuro, grande / pequeño, áspero / liso, bueno / malo, viejo / joven, fácil / difícil, fuerte / débil, bajo / alto, etc.» (véase a Ramón ALMELA PÉREZ, El orden AS / SA: La solución está en el conflicto, Frankfurt am Main, Verwuert Verlag, 2000, pp. 293-309, citado por Justo FERNÁNDEZ LÓPEZ, El Adjetivo Español, en <http://culturitalia.uibk.ac.at/hispanoteca/GrammatikStichworte/Gram%C3%A1tica%20espa%C3%B1ola/Adjetivo-clasificación.htm>).

Así las cosas, para recapitular, los adjetivos son palabras que nombran o indican cualidades, rasgos y propiedades de los nombres o sustantivos a los que acompañan (véase <http://roble.cnice.mecd.es/~msanto1/lengua/1adjetiv.htm#m1>), y los que son calificativos, son aquellas palabras que acompañan al nombre o sustantivo **añadiéndole alguna cualidad que lo hace distinto a los demás** (véase <http://roble.cnice.mecd.es/~msanto1/lengua/adjetivo.htm>).

Dicho lo anterior, y valorando según su visión de conjunto el signo cuya inscripción se pretende, **“NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA”**, este Tribunal arriba a la convicción de que se **trata de una marca denominativa compleja que contiene dos adjetivos calificativos que sirven o pretender servir para expresar o destacar una cualidad** del sustantivo **“NUMAR”**, que en el medio

costarricense se trata de un signo distintivo que se suele asociar sin necesidad de mayor esfuerzo, precisamente a los mismos productos que se protegerían con la marca propuesta: “aceites y grasas comestibles”. Bajo esta tesitura, cabe concluir que la marca de marras resulta totalmente descriptiva, por atribuirle a los productos una cualidad que implicaría que es mejor que otros de su mismo género, lo cual resulta prohibido por el literal d) del artículo 7º de la Ley de Marcas, y por idénticas razones se le debe oponer también el inciso **g)** de la norma recién citada, por cuanto efectivamente, se trataría de una marca sin la suficiente capacidad distintiva respecto de los productos que ampararía, pues queda directamente asociada a la naturaleza de éstos.

Por otra parte, a la marca propuesta, “**NUMAR INCREÍBLE, ES MEJOR QUE MANTEQUILLA**”, se le debe oponer el literal **j)** del citado artículo 7º de la Ley de Marcas, en la medida en que no hay certeza alguna de que los productos que distinguiría pudieran ser “mejores” que la *mantequilla*, que se trata de un derivado lácteo previsto en la misma clase, la **29ª**, de la Clasificación de Niza para la que se solicitó tal marca, y que es producido por distintos competidores de la empresa solicitante (entre ellos, según lo indicaron, los dos opositores ya señalados en el Resultando Segundo de esta resolución), pudiéndose llevar a engaño o confusión, efectivamente, a los consumidores, acerca de la afirmación –carente de asidero científico, al menos en este momento y lugar– de que los aceites y grasas comestibles “NUMAR”, son mejores que derivados lácteos como la mantequilla, sobre lo cual, como ya se mencionó, no hay certeza alguna. En todo caso, nótese que la afirmación categórica que implica la marca bajo examen, aparejaría la incertidumbre acerca de la veracidad, o no, de cuanto ello implica (*¿Es cierto que Numar es mejor que la mantequilla?*), lo que no puede ser admitido por este Tribunal, por cuanto puede llevar a confusión, o incluso hasta a engaño, al consumidor medio.

SÉPTIMO. EN CUANTO AL USO DE TÉRMINOS LECHEROS. Finalmente, conviene traer a colación el agravio del apelante, en el sentido de que la marca propuesta contravendría también el **Decreto Ejecutivo N° 33288-MEIC-MAG-S**, por el que se aprobó el reglamento técnico denominado “RTCR 395-2006. Para el uso de términos lecheros”.

Sobre el particular, cabe aclarar que ese reglamento fue emitido el 16 de mayo de 2006; promulgado en el Diario Oficial La Gaceta N° 164 del 28 de agosto de 2006; y que no entró en vigencia sino hasta tres meses después, sea, el 28 de noviembre de 2006.

De lo anterior se colige que para la fecha en que fue dictada la resolución venida en alzada (3 de julio de 2006), el citado Decreto Ejecutivo N° 33288-MEIC-MAG-S no formaba parte del bloque de legalidad que debía observar el Registro **a quo**, por lo que éste no tuvo oportunidad de aplicar lo establecido en el numeral **4.6.4**, párrafo segundo, de tal reglamento, que a la letra dice así:

4.6 Uso de términos lecheros para otros alimentos

(...)

4.6.4 (...).

*Sin embargo, si el producto final está destinado a sustituir a la leche o a un producto lácteo o un producto lácteo compuesto, **no podrán utilizarse términos lecheros.*** (La negrita y los subrayados no son del original).

Huelga decir que dentro del contexto de esta resolución, la aplicación o no de la norma recién transcrita en el caso de marras, no perjudica en nada la firmeza de los razonamientos expuestos en el Considerando anterior, de manera tal que a nada conduce ahondar más al respecto, más que destacar que, hoy día, por imperio normativo, en este país no deben emplearse vocablos propios de la lechería, para

referirse a productos que sustituyan a la leche o sus derivados.

OCTAVO. EN CUANTO A LO QUE DEBE SER RESUELTO. Con fundamento en las consideraciones, y citas de ley y de doctrinaria que anteceden, lo pertinente es declarar SIN LUGAR el Recurso de Apelación presentado por la Licenciada Marianella Arias Chacón, por cuenta de la empresa **UNILEVER N.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con doce minutos del tres de julio de dos mil seis, y declarar CON LUGAR el Recurso de Apelación presentado en contra de esa misma resolución por el señor Jorge Julio Pattoni Sáenz, en representación de la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.**, resolución que se revoca en todos sus extremos.

NOVENO. 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 2º del Reglamento Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo (Decreto Ejecutivo N° 30363-J del 2 de mayo de 2002), se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, citas normativas y de doctrina que anteceden, se declara SIN LUGAR el Recurso de Apelación presentado por cuenta de la empresa **UNILEVER N.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con doce minutos del tres de julio de dos mil seis, y se declara CON LUGAR el Recurso de Apelación presentado en contra de esa misma resolución por la **COOPERATIVA DE PRODUCTORES DE LECHE DOS PINOS R.L.**, resolución que se revoca en todos sus extremos. Se da



por agotada la vía administrativa. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen 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. Edwin Martínez Rodríguez, a pesar de que estuvo presente en la votación de este asunto, no firma la resolución por haberse acogido a su jubilación.



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

DESCRIPTORES:

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE MARCAS.

MARCAS INADMISIBLES POR RAZONES INTRÍNSECAS.