



## **RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**Expediente N° 2014-0368-TRA-PI**

**Solicitud de cancelación por falta de uso del nombre comercial LOLITA**

**Lolita S.A, apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen N° 2003-0007781 registro N° 146524)**

**Marcas y otros signos**

## **VOTO N° 199-2015**

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.** San José, Costa Rica, a las catorce horas quince minutos del cinco de marzo de dos mil quince.

Recurso de apelación interpuesto por el Licenciado Ernesto Gutierrez Blanco, mayor, casado, abogado, vecino de San José, titular de la cédula de identidad N° uno-ochocientos cuarenta y ocho-ochocientos cuarenta y seis, en su condición de apoderado especial de la empresa Lolita S.A., organizada y existente de conformidad con las leyes de la República Oriental del Uruguay, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las once horas, cuarenta minutos, cuarenta y cinco segundos del diez de marzo de dos mil catorce.

### **RESULTANDO**

**PRIMERO.** Que mediante memorial presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el dos de abril de dos mil trece, el señor Roberto Saad Meza, representando a la señora Abril Peralta Zumbado, interpone acción de cancelación de registro de nombre comercial por no encontrarse en uso, denominado LOLITA, cuyo titular es Lolita S.A.



**SEGUNDO.** Que mediante resolución dictada por el Registro de Propiedad Industrial a las once horas, cuarenta minutos, cuarenta y cinco segundos del diez de marzo de dos mil catorce, se resolvió declarar con lugar la solicitud de cancelación por falta de uso planteada.

**TERCERO.** Que inconforme con la resolución mencionada, el Licenciado Gutierrez Blanco en representación de la empresa Lolita S.A., interpuso el día nueve de abril de dos mil catorce, recurso de apelación contra la resolución antes mencionada; habiendo sido admitida para ante este Tribunal por resolución de las once horas, quince minutos, veinticuatro segundos del veintinueve de abril de dos mil catorce.

**CUARTO.** Que a la sustanciación del recurso se le ha dado el trámite que corresponde, y no se han observado causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados o la validez de lo actuado, dictándose esta resolución dentro del plazo legal y previas las deliberaciones de rigor.

**Redacta la Juez Ureña Boza; y,**

### **CONSIDERANDO**

**PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.** Este Tribunal tiene como hecho probado de relevancia para la resolución de este proceso, que:

1. En el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito desde el trece de abril de dos mil cuatro, el nombre comercial **LOLITA**, bajo el N° 146524, propiedad de la empresa Lolita S.A., para distinguir un establecimiento comercial dedicado a la venta de mercadería, en especial vestimenta, calzado y afines, ubicado en Avenida 18 de Julio 1817, Montevideo, República Oriental del Uruguay (folios 327y 328).
2. En el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra en trámite de inscripción desde el doce de febrero de dos mil trece, como marca de fábrica el signo



expediente N° 2013-0001221, de la señora Abril Peralta Zumbado, para distinguir en clase 25 prendas de vestir, calzado y sombrerería para damas, caballeros, niños y niñas tales como ropa, camisetas deportivas, jackets, T-shirts, ropa interior, calzoncillos, ropa para bebé, trajes de baño, ropa impermeable, zapatos para fútbol, zapatos deportivos, sandalias, chancletas, sombreros, medias, guantes, corbatas, bufandas, fajas para mujer y hombre (folios 285 y 286).

**SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** De importancia para la presente resolución, no se comprobó la existencia de un establecimiento comercial ubicado en Costa Rica, dedicado a la venta de vestimenta, calzado y afines e identificado como LOLITA.

**TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.** El Registro de la Propiedad Industrial resolvió declarar con lugar la solicitud de cancelación por falta de uso, al determinar que no se comprobó la existencia de un local comercial ubicado en Costa Rica e identificado con el nombre comercial LOLITA a través de la prueba presentada.

Por su parte el representante de la empresa Lolita S.A, argumenta que su representada comprobó tener presencia real y efectiva en el comercio en Costa Rica, habiéndosele rechazado prueba válida, ya que el uso del nombre comercial no debe limitarse únicamente a la existencia de un establecimiento comercial, y la actividad desplegada demuestra ese uso, que no se le puede negar valor probatorio a la prueba emitida de forma posterior a la presentación de la solicitud de cancelación.

**CUARTO. SOBRE EL FONDO.** Por ser de importancia para la correcta resolución de los agravios planteados, y de previo a realizar el análisis sobre el uso del nombre comercial LOLITA, es importante sentar algunas bases conceptuales respecto de este tipo de signo



distintivo, las cuales fundamentarán lo que posteriormente se resuelve. Nuestro Código de Comercio, en sus artículos del 242 al 250, regula lo relacionado a la forma en que han de identificarse los comerciantes en el tráfico mercantil, indicándose en la primera parte del artículo 242 la obligación de éstos de usar un nombre como distintivo comercial. Entonces, encontramos que se establece un deber. Pero, cuando se solicite ante el Registro de la Propiedad Industrial la inscripción de un nombre comercial, éste ha de conformarse al marco de calificación registral que le es aplicable de acuerdo al principio de legalidad. Se debe recordar que, en consonancia con lo establecido por el artículo 8 del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, suscrito por Costa Rica, nuestra Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978 (en adelante, Ley de Marcas) en su artículo 64 indica que, respecto del nombre comercial, la adquisición del derecho exclusivo se da por su primer uso en el comercio.

“En la regulación del nombre comercial ha tenido tradicionalmente, y tiene ahora también, un peso específico la protección unionista que a dicha figura confiere el CUP. El CUP determina la protección del nombre comercial sin necesidad de registro en los Estados de la Unión (protección unionista)...” **LOBATO, Manuel, Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, Editorial Civitas, Madrid, 1<sup>era</sup> edición, 2002, pág. 127.**

Bajo ese entendimiento, con el registro de un nombre comercial no inicia su vida como derecho exclusivo, como si sucede con las marcas de comercio, sino que para éstos el registro resulta ser meramente declarativo y no constitutivo de derechos. Y si se establece la posibilidad de que los empresarios puedan registrar su nombre comercial de acuerdo con la legislación marcaria, es por la seguridad jurídica y la publicidad que tal registro ofrece dentro del tráfico mercantil, lo cual va en evidente provecho del titular y de terceros, pero el signo que sea sometido a la calificación registral debe de pasar por el tamiz impuesto por el artículo 65 de la Ley de Marcas, que indica en qué casos el signo se considerará inadmisibles. En dicho sentido se ha manifestado este Tribunal en sus Votos 0425, 0651, 0652 y 0707, todos de 2014.



Ahora, y siendo el principal alegato de la apelación la idea de que no puede el Registro de la Propiedad Industrial establecer una obligación de que, para tener al nombre comercial como válido, éste debe distinguir a un establecimiento abierto en Costa Rica, debemos traer a colación la jurisprudencia que este Tribunal desarrolló en los Votos 0081, 0082 y 0083 de 2012. En ellos se consideró que para la interpretación correcta y sistemática de la expresión “empresa o establecimiento”, contenida en los artículos 2 y del 64 al 69 de la Ley de Marcas, no puede entenderse que haya un uso de la letra “o” como conjunción de valor disyuntivo, sino que ésta más bien se utiliza para expresar equivalencia (en dicho sentido ver la segunda acepción de la voz “o” en el **Diccionario Panhispánico de Dudas de la Real Academia Española, 1<sup>era</sup> edición, 2005**). Para aclarar ésta idea, citamos al tratadista Joaquín Garrigues, que sobre la empresa indica:

“Para alcanzar la noción de empresa hay que partir de la base de que la empresa es ante todo un *círculo de actividades* regido por la idea organizadora del empresario. La empresa funciona –y toda empresa deja de serlo en cuanto deja de funcionar– tan pronto como el empresario ordena y combina entre sí los elementos de la producción, buscando el capital adecuado, adquiriendo máquinas e instalaciones, comprando materias primas o mercancías, arrendando locales, contratando técnicos y obreros. ... La empresa en marcha es, en suma, un conjunto dinámico de elementos heterogéneos: cosas corporales, derechos y relaciones materiales de valor económico que no son cosas ni derechos. (...) La empresa es un conjunto organizado de actividades industriales, de bienes patrimoniales y de relaciones materiales de valor económico.” **GARRIGUES, Joaquín, Curso de Derecho Mercantil, Editorial Temis, Bogotá, reimpresión de la 7<sup>ma</sup> edición, 1987, Tomo I, págs. 172 y 173**, itálicas del original, subrayado nuestro.

Así, vemos como el concepto de empresa está directamente relacionado con las actividades que se ejercen para lograr el cometido del empresario, y en dicho sentido sus instalaciones,

establecimiento o local juegan un papel preponderante en la construcción y mantenimiento de éstas.

“...es normal que la empresa tenga un punto fijo, centro de operaciones y sede de los elementos corporales que exteriorizan la organización económica. De quien comienza la explotación de un negocio mercantil se dice que “se establece”. La empresa comercial se llama también “establecimiento”. Tiene, pues, esta palabra un doble significado: como acto –el acto de establecerse, es decir, de dedicarse a una actividad estable, en armonía con la permanencia de la empresa a pesar del cambio de sus elementos– y como lugar donde habitualmente se ejerce una industria mercantil.”

**GARRIGUES, op. cit., pág. 201.**

Los conceptos transcritos son un claro indicativo de la forma en que ha de entenderse en la Ley de Marcas la locución “empresa o establecimiento”, sea con una doble dimensión: la de la actividad a desarrollar por el empresario, y la del local o lugar físico en el cual ha de desarrollarse dicha actividad, lo cual ya había sido correctamente señalado por el Registro de la Propiedad Industrial en la resolución ahora apelada. Por ello es que el argumento de que no se puede pedir que el nombre comercial distinga a un establecimiento abierto no es atendible, ya que este tipo de signo distingue en el tráfico mercantil y respecto de una empresa, tanto a su giro o actividad como a su local o establecimiento físico, y al no existir una separación entre la protección jurídica que se brinda a una y otra dimensión, sea a la actividad y a la localización, con el nombre comercial costarricense se hace identificar a la empresa en esa doble dimensión, ambas dignas de cobijo legal por ser elementos esenciales en el quehacer del empresario, pero de consuno, y no aisladamente o por separado.

Giro y establecimiento físico son las dos caras indivisibles de una misma moneda, la que se va a hacer distinguir con el nombre comercial. Por ello es que el Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo N° 30233-J (en adelante, Reglamento), en su artículo 42 incisos b) y c) exige que las solicitudes de nombre comercial contengan la

indicación de la ubicación exacta de la empresa o establecimiento así como su giro o actividad, información que forma parte además del edicto a publicar de acuerdo al artículo 43, y que es claramente indicada en el certificado de registro y en las certificaciones que del nombre comercial se emiten. Esta información es necesaria para poder reconocer sobre qué actividad y cuál localización geográfica exactamente se está declarando el registro del nombre comercial. Tanto el giro comercial de una empresa como la localización física de su establecimiento son elementos dignos de tutela jurídica por parte de nuestro sistema legal, y respecto del tema de su debida identificación e individualización dentro del tráfico mercantil la Ley de Marcas les otorga protección a ambos, de manera conjunta e indivisible, a través de la figura del nombre comercial. Éste ha de ser único respecto de un giro y establecimiento concretos, y ha de ser perfectamente individualizable de otros. Por todo lo anterior es que resulta válida la exigencia realizada por el Registro de la Propiedad Industrial, de pedirle a la empresa Lolita S.A. demostrar la existencia de un establecimiento comercial abierto identificado además con el nombre comercial sujeto a cancelación.

Además de lo dicho, y siendo que en el registro del nombre comercial LOLITA se indicó como dirección física del establecimiento la Avenida 18 de Julio 1817, Montevideo, República Oriental del Uruguay, es de importancia traer a colación la jurisprudencia que este Tribunal ha dictado al respecto. Tal y como ya explicara este Tribunal por medio del Voto N° 0266-2010 dictado a las diez horas quince minutos del quince de marzo de dos mil diez, el derecho que rige a los signos distintivos está fuertemente sujeto al principio de territorialidad de las leyes. Sobre el punto comentan la doctrina argentina, española y estadounidense, completamente aplicables al caso costarricense, y si bien lo hacen refiriéndose a las marcas, lo explicado se traspone completamente al caso de los nombres comerciales:

“El principio de territorialidad no surge de la ley de marcas, sino del derecho internacional. Un Estado no puede conceder un derecho de propiedad más allá de donde llega su soberanía. Esto quiere decir que una marca concedida en la Argentina sólo tiene valor dentro de su territorio. Lo mismo sucede con las marcas extranjeras.



(...)” **Martínez Medrano, Gabriel A., Soucasse, Gabriela M., Derecho de Marcas, Ediciones La Rocca, Buenos Aires, 2000, p. 51.**

“El principio de territorialidad es consustancial a todas las modalidades de derechos de propiedad industrial. Aplicado al Derecho de marcas significa que una marca cubre un determinado y bien definido territorio, un Estado o grupo de Estados. Fuera de su territorio de protección o Schutzland la marca carece de tutela jurídica. El principio de territorialidad de los derechos de propiedad industrial tiene su apoyo en una disposición de Derecho Internacional Privado, el artículo 10.4 Cc, y en una norma de origen internacional, el artículo 6 CUP. El artículo 10.4 Cc determina que la Ley aplicable a los derechos de propiedad industrial e intelectual es la del Ordenamiento conforme al cual han nacido (como se indicó supra, dicho Ordenamiento es también llamado Estado de protección o Schutzland, v. STS, contencioso-administrativo, 26-IX-1980). Esto significa que el Ordenamiento de protección regulará todos los aspectos relativos a la existencia, ejercicio y extinción de los derechos de propiedad industrial o intelectual. El artículo 6 CUP consagra el principio de independencia de las marcas, principio que a su vez se basa en el principio de territorialidad de los derechos (la protección de la marca se obtiene cuando se cumplen las condiciones legales específicas de cada Estado)” **Lobato, op. cit., p. 74.**

La autora Yelena Simonyuk, en su artículo “El alcance extraterritorial de las marcas en la Internet”, reconoce claramente el vínculo entre el derecho de marcas y el principio de territorialidad:

“En los Estados Unidos e internacionalmente, la ley de marcas de comercio es esencialmente “territorial”, queriendo decir que una marca es poseída exclusivamente por un registrante o usuario únicamente dentro de cada territorio. La Convención de París contiene un principio del “Trato Nacional” en el Artículo 2(1), que ha apoyado un enfoque territorial al escoger la ley en los casos de marcas de comercio (así como en



casos de derechos de autor y patentes, que se encuentran fuera del alcance de este iBrief).” (Both in the U.S. and internationally, trademark law is essentially "territorial," meaning a mark is exclusively owned by a registrant or user only within each territory. The Paris Convention contains a "National Treatment" tenet in Article 2(1), which has supported a territorial approach to choice of law in trademark cases (as well as copyright and patent cases, which are outside the scope of this iBrief).” **Simonyuk, Yelena, “The extraterritorial territorial reach of trademarks on the Internet”, consultable en <http://www.law.duke.edu/journals/dltr/articles/pdf/2002DLTR0009.pdf>, traducción libre.**

Los tratadistas argentinos Luis Eduardo Bertone y Guillermo Cabanellas de las Cuevas, al comentar el tema de la territorialidad y los nombres comerciales (llamados designaciones en el derecho argentino), explican ampliamente la relación de uso territorial que ha de existir en un nombre comercial para poder acceder a la protección jurídica en un país:

“Más interés, en esta parte de nuestra obra, presenta el caso de la utilización de la designación en el extranjero. Esta cuestión debe distinguirse de la del derecho de los extranjeros a gozar de la protección que la Ley otorga a las designaciones que usen dentro del territorio nacional, tal derecho está fuera de toda duda, tratándose de súbditos de países de la Unión de París, en virtud de lo dispuesto por el artículo 8° de ese Convenio, y en los demás casos, en razón de lo dispuesto por los artículos 20 de la Constitución Nacional y 1° de la Ley de Inversiones Extranjeras, que requieren igual tratamiento para nacionales y extranjeros, en tanto la ley ni incluya distinciones legítimas entre esas personas. La Ley de Marcas ninguna diferenciación hace basada en la nacionalidad, domicilio o residencia del usuario de una designación, siguiendo así los lineamientos generales de nuestro orden jurídico.

Cuando la designación se utiliza en el extranjero, debe determinarse si ese uso es el que



prevé el artículo 28 de la Ley. La respuesta debe ser negativa. Mientras la designación no se extiende al país mediante su uso dentro del territorio de éste, el ámbito de protección de tal designación no entra en los límites en que pueda aplicarse el Derecho argentino. Si hay un uso hipotéticamente violatorio del derecho sobre esa designación empleada exclusivamente en el extranjero ese uso puede tener lugar dentro o fuera del país. Si el uso *prima facie* ilícito tiene lugar en el país, no entrará en la zona de influencia de la designación, pues ésta, por hipótesis, solo ha tenido efectos en los mercados extranjeros. Si, por el contrario, el uso tiene lugar fuera del territorio nacional, la legislación argentina no se aplica al mismo, pues en esta materia es de orden esencialmente territorial.

Esta irrelevancia del uso en el extranjero, en cuanto a la adquisición de derechos sobre designaciones bajo la ley argentina, no se ve alterada, con las excepciones que se verán más adelante, por el régimen del Convenio de París. El artículo 8° de este Convenio dispone que el nombre comercial estará protegido en todos los países de la Unión, sin obligación de depósito o de registro, pero nada dice respecto a los requisitos de uso necesarios para adquirir derechos sobre esos signos, y tanto menos que el uso en el exterior tenga efectos en cada uno de los países miembros. Lo esencial de esta disposición es que, conjuntamente con la de trato nacional que prevé el artículo 2° de ese Convenio, implica que los súbditos de países miembros podrán proteger sus nombres comerciales o designaciones de la misma forma que los nacionales del país de que se trate. Sobre estas bases, se ha considerado en el Derecho alemán que el uso realizado en el extranjero no es suficiente para fundamentar la protección de los nombres comerciales y designaciones bajo ese Derecho.” **Bertone, Luis Eduardo; Cabanellas de las Cuevas, Guillermo, Derecho de Marcas, Editorial Heliasta S.R.L., Argentina, 1989, tomo II, p. 483-484, itálica del original.**

En concordancia con la doctrina expuesta, y como ya se indicó, tenemos que la Ley de Marcas acoge lo establecido por el artículo 8 del Convenio de París, y protege al nombre comercial sin



necesidad de que sea registrado, sino que le otorga la categoría de derecho exclusivo por el solo hecho de que sea usado en el comercio. Pero, ¿a dónde debe darse dicho uso? De acuerdo a lo explicado sobre el principio de territorialidad y a lo expuesto por Bertone y Cabanellas, éste ha de darse en Costa Rica, territorio de protección del derecho, y al tratarse de un nombre comercial, el cual por su propia naturaleza tiene un arraigo territorial específico, ese uso se traduce en la necesidad de que éste distinga a un establecimiento cuya ubicación física esté dentro del territorio nacional. El derecho exclusivo que otorga la ley costarricense por el mero uso no es para regir fuera de nuestras fronteras, esta situación no solamente crea las contradicciones que señalan Bertone y Cabanellas sobre la aplicación de la ley, sino que permite una injustificada distorsión en el mercado nacional, ya que se opone a una solicitud de marca un supuesto derecho de exclusiva sobre un nombre comercial que no está siendo utilizado en nuestro país, impidiendo que un competidor pueda utilizarlo a pesar de su no uso en el territorio de protección. Esto va en contra de la transparencia del mercado que se busca tutelar con el sistema de otorgamiento de derechos exclusivos sobre signos distintivos, construido a través de la Ley de Marcas, el cual desde su artículo primero proscribía los actos que afecten a los procesos de competencia entre agentes económicos. La anterior jurisprudencia ha sido mantenida por este Tribunal en sus Votos 1489-2009, 0266 y 0339 de 2010, 0722 y 1039 de 2011, 0331, 0709 y 0719 de 2012, 1183 de 2013, y los ya citados 0651, 0652 y 0707 de 2014, entre otros.

Así, y de todo lo anteriormente explicado, se deriva el hecho de que, si bien el registro del nombre comercial no es el que otorga el derecho de exclusiva y resulta ser meramente declarativo y no constitutivo de derechos, también es cierto que para poder acceder a la publicidad que otorga el Registro de la Propiedad Industrial y beneficiarse de ella ante terceros, es necesario que el nombre comercial propuesto cumpla con todos los requisitos que se derivan de lo apuntado, sea no solamente ser conforme a la definición dada por ley, sino que además debe distinguir a un establecimiento ubicado en territorio costarricense.

Según los agravios expuestos por la empresa apelante, se demuestra un uso de LOLITA en

papelería, contratos de franquicia, sitio web, etc., pero nada de lo anterior comprueba dentro del expediente que ese signo esté actualmente siendo utilizado como nombre comercial, sea distinguiendo a un establecimiento ubicado en un lugar concreto dentro del territorio costarricense y dedicado a la venta de mercadería, en especial vestimenta, calzado y afines. Ninguno de los usos que reclama el apelante fueron comprobados corresponde en su naturaleza al de un nombre comercial, y más bien deben de ser tomados según su esencia como otras formas de signos distintivos. Incluso es el mismo apelante quien, según su escrito visible a folio 348, indica que en la actualidad no hay local abierto, y que se abrirá uno, el cual además aclara se denominará LU BY LOLITA, lo cual es en esencia es diferente a lo inscrito, sea LOLITA.

En conclusión, la falta de uso de LOLITA para identificar a un establecimiento comercial ubicado en Costa Rica cuyo giro sea la venta de vestimenta, calzado y afines, impone la cancelación del registro otorgado, con la finalidad de que éste no sea considerado dentro del marco de calificación registral del signo pedido como marca por la señora Abril Peralta Zumbado, y que motivó su petitoria de cancelación por falta de uso como defensa según el artículo 39 párrafo segundo de la Ley de Marcas.

Por las anteriores consideraciones, lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación planteado, y confirmar la resolución venida en alzada.

**QUINTO. 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, N° 8039, y 29 del Reglamento 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 que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación planteado por el Licenciado Ernesto Gutiérrez Blanco en representación de la empresa Lolita S.A., y se confirma la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las once horas, cuarenta minutos, cuarenta y cinco segundos del diez de marzo de dos mil catorce, para que se cancele el registro del nombre comercial LOITA. 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.**

**Norma Ureña Boza**

**Pedro Suárez Baltodano**

**Ilse Mary Díaz Díaz**

**Kattia Mora Cordero**

**Guadalupe Ortiz Mora**



DESCRIPTORES

REGISTRO DEL NOMBRE COMERCIAL

TG: NOMBRES COMERCIALES

TR: EMBLEMA COMERCIAL

TNR: 00.43.01

## **RESOLUCION DE CORRECCIÓN**

**Expediente N° 2014-0368-TRA-PI**

**Solicitud de cancelación por falta de uso del nombre comercial LOLITA**

**Lolita S.A, apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen N° 2003-0007781 registro N° 146524)**

**Marcas y otros signos**

### ***VOTO N° 771-2015***

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.** San José, Costa Rica, a las diez horas con cuarenta minutos del dieciséis de octubre de dos mil quince.

Corrección de oficio del error material cometido en el Voto N° 0199-2015 dictado dentro del presente expediente.

**Redacta el Juez Roberto Arguedas Pérez; y**

#### **CONSIDERANDO**

**ÚNICO.** Visto el Por Tanto del Voto N° 0199-2015 dictado por este Tribunal a las catorce horas quince minutos del cinco de marzo de dos mil quince, se denota que contiene un error material en cuanto al nombre comercial que ha de cancelarse por falta de uso.

Con base en el artículo 157 de la Ley General de la Administración Pública, que indica: “*En cualquier tiempo podrá la Administración rectificar los errores materiales o de hecho y los aritméticos.*”, se procede a corregir el error cometido en el sentido de transcribir dicho Por Tanto de forma correcta.

## POR TANTO

Con fundamento en lo antes considerado, se corrige el error material cometido en el Por Tanto del Voto N° N° 0199-2015 dictado por este Tribunal a las catorce horas quince minutos del cinco de marzo de dos mil quince, para que se lea correctamente como sigue: “*Con fundamento en las consideraciones que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación planteado por el Licenciado Ernesto Gutiérrez Blanco en representación de la empresa Lolita S.A., y se confirma la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las once horas, cuarenta minutos, cuarenta y cinco segundos del diez de marzo de dos mil catorce, para que se cancele el registro del nombre comercial LOLITA. 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.*”. **NOTIFIQUESE.**

*Roberto Arguedas Pérez*

*Leonardo Villavicencio Cedeño*

*Ilse Mary Díaz Díaz*

*Jorge Enrique Alvarado Valverde*

*Carlos José Vargas Jiménez*