



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente No. 2009-1174-TRA-PI

Oposición a solicitud de marca de fábrica y comercio “NUMAR CASERA” (30)

UNILEVER N.V., apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de origen 3285-08)

Marcas y Otros Signos

VOTO N° 253-2010

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.-San José, Costa Rica, a las nueve horas con diez minutos del quince de marzo de dos mil diez.

Recurso de apelación presentado por el Licenciado **Luis Pal Hegedus**, mayor, casado una vez, abogado, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número uno-quinientos cincuenta y ocho-doscientos diecinueve, en su condición de apoderado especial de la empresa **UNILIVER N.V.**, sociedad organizada y existente bajo las leyes de Holanda, domiciliada en Weena 455, 3013 Al Rotterdam, Holanda, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las dieciséis horas, doce minutos, treinta y un segundos del veintidós de julio de dos mil nueve.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante memorial presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el nueve de abril de dos mil ocho, la Licenciada **Giselle Reuben Hatounian**, mayor, soltera, abogada, vecina de Escazú, titular de la cédula de identidad número uno-mil cincuenta y cinco-setecientos tres, en su condición de gestora oficiosa de la empresa **COMPAÑÍA**



NUMAR SOCIEDAD ANÓNIMA, presentó solicitud de registro de la marca de fábrica y comercio “**NUMAR CASERA**”, en clase **30** de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café, harinas y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y de confitería, helados, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos para esponjar, sal, mpstaza, vinagre, salsas (condimentos), especias y hielo.

SEGUNDO. Que los edictos para oír oposiciones, fueron publicados en el Diario Oficial La Gaceta, los días once, doce y trece de noviembre del dos mil ocho, en las Gacetas números doscientos dieciocho, doscientos diecinueve y doscientos veinte, y dentro del plazo conferido, el Licenciado **Luis Pal Hegedus**, en su condición de apoderado especial de la empresa **UNILEVER N.V.**, formuló oposición al registro de la marca “**NUMAR CASERA**”, en **clase 30** de la Clasificación Internacional de Niza, por cuanto su representada tiene inscritas en Costa Rica la marca “**CASERA**”, bajo el acta número **46193**, en clase **29** de la Clasificación Internacional de Niza, la marca “**CASERA**”, bajo el acta número **90171**, en clase **31** de la Clasificación Internacional referida, la marca “**NATURAS CASERA (DISEÑO)**”, bajo el acta número **98693**, en clase **29** de la Clasificación Internacional de Niza, y la marca “**NATURAS CASERA (NATURA’S CASERA)**”, bajo el acta número **87305**, en clase **30** de la Clasificación Internacional de Niza.

TERCERO. Que el Registro de la Propiedad Industrial, mediante la resolución dictada a las dieciséis horas, doce minutos, treinta y un segundos del veintidós de julio de dos mil nueve, dispuso: “**POR TANTO (...)** se resuelve: *Se declara sin lugar la oposición interpuesta por el apoderado de la sociedad UNILEVER N.V., contra la solicitud de inscripción del distintivo “NUMAR CASERA”, en clase 30 internacional, presentada por el apoderado de COMPAÑÍA NUMAR S.A., el cual se acoge (...)”.*



CUARTO. Que inconforme con la citada resolución, el Licenciado **Luis Pal Hegedus**, de calidades y condición dicha al inicio, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el catorce de agosto de dos mil nueve, interpuso recurso de revocatoria y apelación.

QUINTO. Que a la sustanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde, y no se observan causales, defectos u omisiones que pudieran haber provocado la indefensión de las partes e interesados, o la invalidez y/o ineficacia de las diligencias, por lo que se dicta esta resolución dentro del plazo legal, previas las deliberaciones de rigor.

Redacta la Jueza Ureña Boza, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal acoge los hechos 1 y 2, que como probados tuvo el Registro de la Propiedad Industrial en la resolución venida en alzada, los cuales por su orden encuentran fundamento a folios 52 a 74, y 10 y 18 del expediente.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. No existen Hechos no Probados de relevancia para la resolución del presente asunto.

TERCERO. SOBRE LA RESOLUCION APELADA Y LOS AGRAVIOS DEL APELANTE. En el caso concreto, se tiene que el Registro de la Propiedad Industrial acogió la inscripción de la marca solicitada por considerar en el considerando tercero de la resolución apelada, que:



*“(…) el signo marcario solicitado **“NUMAR CASERA”**, en clase 30 internacional, está compuesta por las palabras NUMAR + CASERA, por lo que se puede determinar que el término “NUMAR” le otorga distintividad necesaria a la marca solicitada, que permite individualizar los productos que distingue, con respecto a los signos de la oponente “CASERA” (registro 46193), “CASERA” (registro 90171), “NATURAS CASERA (DISEÑO)” (registro 98693) y “NATURAS CASERA (NATURA’S CASERA)” (registro 87305), motivo por el cuál (...) la marca **“NUMAR CASERA”** puede coexistir registralmente con los signos oponentes, ya que no pone en riesgo de confusión a los consumidores, ni provoca u acto de competencia desleal” (destacado en negrita es del original).*

Por su parte, en el escrito de apelación y expresión de agravios la empresa apelante argumentó que:

“No es cierto lo indicado por el Registro en cuanto a que la palabra NUMAR le otorga distintividad a la marca solicitada. El aceptar este argumento crearía un mal precedente para el análisis de cualquier oposición, por cuanto facultaría a cualquier persona para añadir cualquier palabra a una marca registrada y lograr burlar la similitud fácilmente creando un perjuicio en el consumidor. Ejemplificando lo anterior, si se siguiera este argumento, el titular de la marca NUMAR podría reproducir cualquier maraca registrada sin problema alguno solo por el hecho de agregarle esta palabra, lo cual a todas luces es inconcebible (...) Es importante que este Registro tome nota que mi mandante es titular exclusivo de la marca CASERA y como titular marcario está en todo su derecho de evitar que terceros se apropien de su marca. No corresponde a este Registro hacer de oficio un análisis sobre las características intrínsecas de una marca debidamente registrada y válida desde hace muchos años y que por lo tanto mi mandante no puede utilizarla en forma exclusiva. Por lo anterior, es indudable que el solicitante pretende apropiarse con la venia de este Registro del valor de la marca registrada por mi mandante añadiéndole únicamente un término (...) La reproducción que hace la empresa solicitante de la marca de mi representada se prestará, sin duda alguna, para crear confusión en el público consumidor (...) Por lo anterior, no resulta procedente que se otorgue el registro a otra marca para productos de la misma clase que comprenda exactamente la misma denominación. Si esto sucede existe el riesgo de que los consumidores, al ver la denominación “CASERA”, crean erróneamente que se trata de una nueva serie de productos de la familia de alimentos del mismo nombre, o pueden caer bajo la impresión de que ha habido una cesión de los derechos de la marca “CASERA” a favor de la empresa solicitante (...) Por lo anterior, tratándose de productos alimenticios de consumo masivo, los cuales se comercializan en los mismos lugares,



resulta necesario que el cotejo se realice con más rigor, a fin de evitar cualquier potencial confusión que le podría traer perjuicios a los consumidores así como a mi representada (...) Por lo tanto, a manera de conclusión, es posible afirmar que la empresa solicitante pretende registrar una marca que reproduce en su totalidad una marca propiedad de mi representada, contraviniendo claramente lo estipulado en el artículo 8 de la Ley de Marcas en relación con derechos de terceros, hecho que a su vez representa un claro riesgo de confusión para los consumidores así como un acto de competencia desleal que perjudica los derechos legítimos de mi representada”. (destacado en negrita no es del original).

CUARTO. SOBRE EL RIESGO DE CONFUSIÓN. Efectuado el estudio de los agravios de la empresa apelante, así como la prueba que consta en el expediente y el proceso de confrontación del signo cuyo registro se solicita, con la fundamentación normativa que se plantea, este Tribunal considera que efectivamente, al signo objeto de inscripción, le es aplicable el inciso a) del artículo 8 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos N° 7978, de 6 de enero de 2000, puesto que dicha norma prevé, la irregistrabilidad de un signo como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, ello, en concordancia con el numeral 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas, Decreto Ejecutivo N° 30233-J de 20 de febrero de 2002, de ahí, que este Tribunal no comparte lo resuelto por el Registro de la Propiedad Industrial en la resolución venida en alzada, y por ende, considera necesario referirse al riesgo de confusión.

Para que prospere el registro de un signo distintivo, debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que es cuando entre dos o más signos, se presentan similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos, sea de carácter visual, auditivo o ideológico. La confusión visual es causada por la identidad o similitud de los signos, sean éstos palabras, frases, dibujos, etiquetas o cualquier otro y esto por su simple observación, es decir, por la manera en que se percibe el signo. La confusión auditiva se da cuando la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta o no, y la confusión ideológica es la que se deriva del mismo o parecido contenido conceptual de los signos, o mejor aún, cuando las palabras comprendidas



en los signos contrapuestos significan conceptualmente lo mismo; esta confusión surge cuando la representación o evocación a una misma o semejante cosa, característica o idea, en tales signos, puede impedir, o impide, al consumidor, distinguir a uno de otro.

En términos generales, para determinar el riesgo de confusión entre dos signos, 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); 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. Desde esta perspectiva cabe resumir, entonces, que el **cotejo marcario** se integra por el derecho del titular de un signo a la individualización de su producto, servicio o establecimiento, y por el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

La normativa marcaria es muy clara al negar la registración de un signo y por ende, otorgarle la protección que tal registro conlleva, cuando la marca solicitada sea similar a otra anterior perteneciente a un tercero que genere en los consumidores un riesgo de confusión en cuanto al origen empresarial de los productos o servicios, ello de conformidad con el artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Como puede observarse, el contenido de la norma citada, es clara, en el sentido, de que no es registrable un signo cuando sea idéntico o semejante con otro ya inscrito, y que los productos que uno y otro distinguan sean también idénticos o semejantes, toda vez que la misión de la marca está dirigida a distinguir productos o servicios de otros, haciendo posible que el



consumidor los diferencie sin que se confunda. Consecuentemente, el Registro de la Propiedad Industrial resguarda los derechos del titular desde el instante en que le otorga el registro de la marca, así, como el derecho exclusivo a los productos o servicios protegidos con ese signo.

QUINTO. ANÁLISIS Y COTEJO DE LAS MARCAS INSCRITAS Y SOLICITADA. En el presente caso, nos enfrentamos a un cotejo de signos distintivos, escenario que se plantea conforme los supuestos regulados en el artículo 8 inciso a) y 14 de la Ley de Marcas y el artículo 24 inciso e) del Reglamento a esa Ley, por lo cual se debe dilucidar si la coexistencia de ambos signos en el mercado son o no susceptibles de causar confusión en los terceros, y por otro lado, representan un riesgo para esos terceros, en el sentido de llegar a asociar la empresa titular del signo inscrito, con la empresa del signo solicitado.

El artículo 8 citado indica lo siguiente respecto de la similitud de los signos:

“(...) Ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, en los siguientes casos, entre otros:

a) Si el signo es idéntico o similar a una marca registrada, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor”. (lo subrayado no es del texto original).

Para determinar los alcances del contenido de este artículo, debe tenerse en cuenta también lo prescrito por el artículo 24 del Reglamento de cita, que determina lo siguiente en lo que interesa:

“(...) 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.*

b) *En caso de marcas que tienen radicales genéricos o de uso común, el examen comparativo debe hacerse con énfasis en los elementos no genéricos o distintivos;*

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;(…)*” (lo resaltado no es del original)

De las normas transcritas, se advierte, que en la protección de los derechos de los titulares de marcas, deben concurrir ciertos requisitos que representan un parámetro eficaz para la valoración que debe realizar el registrador de marcas, cuando enfrenta dos signos en conflicto con los intereses que tutela el ordenamiento jurídico relacionados con las marcas, a saber:

“(…) proteger, efectivamente, los derechos e intereses legítimos de los titulares de marcas y otros signos distintivos, así como los efectos reflejos de los actos de competencia desleal que puedan causarse a los derechos e intereses legítimos de los consumidores...” (Ver Artículo 1 de la Ley de Marcas)”



Dicho lo anterior se procede con el cotejo de las marcas enfrentadas debiéndose aplicar los elementos antes apuntados, para poder determinar si entre

MARCAS INSCRITAS	MARCA SOLICITADA
CASERA 46193	NUMAR CASERA
PRODUCTOS QUE DISTINGUE Clase 29. Carne, pescado, alimentos en conserva y enlatados, frutas y legumbres en conserva, secas y productos lácteos (excepto helados), aceites y grasas comestibles, embutidos, extractos de carne, preparación para hacer sopas, concentrados (caldos), gelatina para uso alimenticio que no sea para postres, pimientos y chiles procesados y enlatados, productos de tomate para la cocina, pasta o pure de tomate, zumos de tomate, pastas de frutas, de concentrado, conservas, mantequilla y salsas para ensaladas.	PRODUCTOS QUE DISTINGUIRA Clase 29. Carne, pescado, aves y caza, extractos de carne, frutas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas, jaleas, mermeladas, compotas, huevos, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles, margarinas, mantecas y mantequilla.
CASERA 90171	
PRODUCTOS QUE DISTINGUE. Clase 31. Agrícola, hortícola, forestales, y granos no integrados, en otras clases, animales vivos, fruta, y verduras frescas,	



semillas, plantas vivas y flores naturales, sustancias para la alimentación de animales y malta.

**NATURAS CASERA (DISEÑO)
98693**

Clase 29. Carne, pescado, frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas, jaleas, mermeladas, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles, embutidos, salsas para ensaladas, extractos de carne, concentrados (caldos), sopas, sopas en sobre, comidas preparadas, extractos de carne, mariscos, aves, pastas de tomate y mayonesa, encurtidos, gelatina, mantequilla, bocadillos, platanitos fritos, hojuelas de papa y yuca, y tortillitas fritas.

**NATURAS CASERA (NATURA'S
CASERA)
87305**

Clase 30. Confitería, preparaciones hechas a base de cereal, café, sucedáneos del café, té, azúcar, bocadillos, pastas alimenticias, harinas y preparaciones hechas a base de



<p>harina y maíz, bizcochos, pastelería, miel, salsas, excepto para ensaladas, especias, pimienta, sal, vinagre, mostaza, helados levaduras, polvos para esponjar, hielo y “sandwichs”, platanitos fritos, hojuelas de papa y yuca, churros y tortillitas.</p>	
---	--

Así las cosas, en el presente caso corresponde a este Tribunal destacar que las marcas inscritas son **denominativas y mixtas**, según se observa del cuadro comparativo anterior. Las denominativas están compuestas por un grupo de letras que conforman una sola palabra o dos palabras y las mixtas, específicamente, la correspondiente a la marca de comercio “**NATURAS CASERA (DISEÑO)**”, la cual consta a folio cincuenta y siete del expediente está conformada por una serie de letras que constituyen dos palabras **NATURAS CASERA**, la cual se hace acompañar de un diseño, en el sentido, que dicha denominación está escrita en una tipografía especial, no obstante, lo que prevalece es su parte denominativa; por su parte, la marca pretendida es **denominativa**, y se compone de varias letras que conforman dos palabras “**NUMAR CASERA**”, ocurriendo, que la marca que se requiere está contenida en las marcas inscritas “**CASERA**”, “**NATURAS CASERA**”, “**NATURAS CASERA (DISEÑO)**” y “**NATURAS CASERA (NATURA’S CASERA)**”, por lo que este Tribunal partiendo del cuadro comparativo supra citado advierte que podría producirse un riesgo de confusión para el consumidor de consentirse la coexistencia de las marcas enfrentadas, ya que se presenta una identidad y relación entre los productos que pretenden protegerse con la marca solicitada y los protegidos por la marca inscrita, como puede notarse, los productos son algunos idénticos y otros relacionados y están referidos al mismo producto de base “alimentos”. Cabe destacar,



que las marcas bajo examen son distintas gráfica y fonéticamente, según se observa del cuadro comparativo citado, sin embargo, desde un punto de vista ideológico las marca enfrentadas nos remiten a una misma idea, por cuanto la marca propuesta ofrece al público consumidor el mismo concepto ideológico, que contienen las marcas inscritas, que es el término “CASERA” que da la idea de un producto casero, hecho en casa, por lo que puede llevar al consumidor a pensar, que los productos de las marcas contrapuestas tienen un mismo origen empresarial, o que al menos están asociados, toda vez que son productos adquiridos por una generalidad de uso masivo, que por tratarse de productos en el campo de alimentos, son comercializados a través de canales de venta comunes, por lo cual no habría la posibilidad de hallar alguna suerte de diferenciación entre éstas o, como corresponde en este ámbito, alguna suerte de distintividad.

En razón de lo anterior, considera este Tribunal que existe un similar contenido conceptual entre los signos en conflicto, lo cual aunado al hecho que los signos cotejados identifican productos, idénticos y relacionados, elementos, que podría llevar al público consumidor a colocarse en algún riesgo de confusión acerca del origen empresarial de los productos que distinguirían, dándose con ello, lo que en doctrina se conoce con el nombre de riesgo de confusión indirecta. De ahí, que este Tribunal no comparte lo argumentado por el Registro **a quo**, cuando señala que “(...) motivo por el cual estima este Registro, que la marca “NUMAR CASERA” puede coexistir registralmente con los signos oponentes, ya que no pone en riesgo de confusión a los consumidores (...)”. Al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, citando a Jorge Otamendi sostiene que:

“La confusión indirecta, es decir la que se da cuando el consumidor cree que los productos tienen un origen común, un mismo fabricante, puede darse también entre marcas que no cubren los mismos productos. Es decir, entre marcas que no distinguen los mismos productos. Esto puede suceder entre marcas de clases distintas o entre



marcas de una misma clase”

Por lo anterior, tenemos, que entre las marcas aludidas en el cuadro comparativo citado, no es factible pensar en la inexistencia de un riesgo de confusión o de asociación, pues por el contrario se vislumbra la posibilidad que al estar el consumidor frente a la denominación de una y otra marca, puede interpretar que existe conexión entre los titulares de los signos en conflicto, por lo que el consumidor puede ser inducido a error o engaño, en cuanto a una misma procedencia empresarial de los productos, situación, que le resta distintividad a la marca solicitada, de ahí, que este Tribunal comparte lo argumentado por la representación de la empresa opositora y apelante cuando manifiesta “(...) *la marca solicitada reproduce en su totalidad la marca registrada propiedad de mi representada produciendo una evidente semejanza (...) ideológica (...) No es cierto lo indicado por este Registro en cuanto a que la palabra NUMAR le otorga distintividad a la marca solicitada (...) este argumento crearía un mal precedente para el análisis de cualquier oposición, por cuanto facultaría a cualquier persona para añadir cualquier palabra a una marca registrada y lograr burlar la similitud fácilmente creando un perjuicio en el consumidor. Ejemplificando lo anterior, si se siguiera este argumento, el titular de la marca NUMAR podría reproducir cualquier marca registrada sin problema alguno solo por el hecho de agregarle esta palabra, lo cual a todas luces es inconcebible (...)*”.

Por consiguiente, al coexistir las marcas bajo estudio en el mercado, se estaría afectando el derecho de elección del consumidor y minando los esfuerzos de los empresarios por distinguir sus productos, lo cual va en contra del artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos y artículo 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas. Dicho lo anterior, se colige que la marca solicitada no es susceptible de protección registral, motivos por los cuales debe ser rechazada la solicitud planteada, y por ende, revocar, la resolución apelada.



SEXTO. Ante los argumentos formulados por la representación de la empresa solicitante, en cuanto subraya diferencias gráficas y fonéticas en las marcas enfrentadas, cabe decir, que la misma lleva razón en ese sentido, sin embargo, cabe reiterar, que éstas evocan una misma idea, por lo que resultan similares desde la óptica conceptual, y a su vez protegen y distinguen productos idénticos y relacionados, tal y como se manifestara en el considerando anterior. Además, resulta necesario, resaltar, que la normativa marcaria es muy clara al negar la registración de un signo y por ende, otorgarle la protección que tal registro conlleva, cuando la marca solicitada sea similar a otra anterior perteneciente a un tercero que genere en los consumidores un riesgo de confusión en cuanto al origen empresarial de los productos y servicios, situación, que ocurre en el caso que nos ocupa, de ahí, que sea aplicable el numeral 8 inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, así, como el numeral 24 inciso e) del Reglamento a esa Ley, por lo que no es de recibo lo alegado por la empresa solicitante.

SÉTIMO. Debe hacerse notar que, de autorizarse la inscripción del signo solicitado “**NUMAR CASERA**”, representaría, en primer término, consentir un quebranto de la normativa marcaria en perjuicio de la empresa **UNILEVER N.V.**, titular de las marcas inscritas “**CASERA**”, registros número **46193** y **90171**, **NATURAS CASERA (DISEÑO)**, registro número **98693**, y **NATURAS CASERA (NATURA’S CASERA)**, registro número **87305**, ya que el artículo 25 párrafo primero de la citada Ley, determina que el titular registral goza del derecho de exclusiva sobre el signo utilizado, con lo cual, podrá impedir que sin su consentimiento un tercero utilice dentro del tráfico económico, signos idénticos o similares para bienes o servicios iguales o parecidos a los registrados, de modo que sea sólo su titular el que pueda utilizarla en el comercio, a efecto de evitar que se produzca confusión entre el público consumidor. Y por otro lado, se afectaría también al consumidor con la confusión que se puede producir, ya que podría el consumidor considerar que los productos que va a distinguir la marca solicitada y los productos que distinguen las marcas inscritas, proceden de la misma empresa, generando un riesgo de confusión contrario a la seguridad jurídica



pretendida por la normativa marcaria.

OCTAVO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Conforme a las consideraciones, citas normativas y jurisprudencia que anteceden, se concluye que, las disposiciones prohibitivas del artículo 8 literal a), 25 párrafo primero de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas, resultan aplicables en este caso, dispuso el Registro, por lo que procede declarar con lugar el recurso interpuesto por el Licenciado **Luis Pal Hegedus**, en su condición de apoderado especial de la empresa **UNILEVER N.V.**, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las dieciséis horas, doce minutos, treinta y un segundos del veintidós de julio de dos mil nueve, la que en este acto se revoca, por las razones aquí dichas.

NOVENO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VIA 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 Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 30 de marzo de 2009, publicado en el Diario Oficial La Gaceta No. 169 de 31 de agosto del 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones, citas normativas y jurisprudencia que anteceden, se declara con lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Luis Pal Hegedus**, en su condición de apoderado especial de la empresa **UNILEVER N.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las dieciséis horas, doce minutos, treinta y un segundos del veintidós de julio de dos mil nueve, la que en este acto se



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

revoca, por las razones aquí dichas. 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.-**

Lic. Luis Jiménez Sancho

M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde

M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez

M.Sc. Norma Ureña Boza



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

DESCRIPTORES

MARCAS INADMISIBLE POR DERECHO DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA POR TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33.