



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente No. 2013-0726-TRA-PI



Solicitud de registro del nombre comercial: “

CORPORACIÓN CAFECITO TICO S.A., Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de origen No. 6119-2013)

[Subcategoría: Marcas y otros signos distintivos]

VOTO No. 284-2014

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las trece horas con treinta minutos del primero de abril de dos mil catorce.

Recurso de Apelación interpuesto por el señor **Allan Fabrizzio Castillo Durán**, mayor, Consultor en Bidesarrollo Corporativo y Derechos Humanos, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número 2-0443-0740, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **CORPORACION CAFECITO TICO S.A.**, de esta plaza, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con cuatro minutos y veinticinco segundos del diecisiete de setiembre de dos mil trece.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 12 de julio de 2013, el señor **Allan Fabrizzio Castillo Durán**, de calidades y en su condición antes citada, solicitó la inscripción del nombre comercial “**Tazte Cafecito tico cafetería móvil tipo**



gourmet (DISEÑO)”, para proteger y distinguir: *“cafeterías móviles que sirven café, **procesado en líquido para consumo humano directo** y para destacar publicitariamente la esencia del consumo gourmet de los diferentes tipos de combinaciones del café líquido, en frío o caliente, que provenga de cualquier agricultor o maquiladora del grano o subproductos exclusivamente costarricenses, en el ámbito turístico y de imagen país; como así para el promover el consumo saludable de café líquido entre la población con procesos nutricionales e ino cuos, en pro de la salud humana, a través de campañas y eventos de las móviles y los productores”*.

SEGUNDO. Que mediante resolución dictada a las 11:11:01 horas del 24 de julio de 2013, el Registro de la Propiedad Industrial objetó la referida solicitud marcaria por razones intrínsecas, y asimismo por derechos de terceros al existir inscrita la indicación geográfica **“Café de Costa Rica (DISEÑO)”**, bajo el registro número **212368**, desde el 6 de setiembre de 2011, propiedad del **INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA (ICAFE)**, para proteger y distinguir: *“café en sus diferentes presentaciones de venta, sea a granel, ensacado, empacado individualmente, molido, entero, verde, tostado, semitostado, soluble, descafeinado y en extractos de café”*.

TERCERO. Que mediante resolución dictada a las quince horas con cuatro minutos y veinticinco segundos del diecisiete de setiembre de dos mil trece, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso, en lo conducente, lo siguiente: **“POR TANTO / Con base en las razones expuestas [...] SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada. [...]”**.

CUARTO. Que inconforme con lo resuelto, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 24 de setiembre de 2013, el señor **Allan Fabrizzio Castillo Durán**, en representación de la empresa **CORPORACION CAFECITO TICO S.A.**, apeló la resolución referida, expresando agravios.

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, la invalidez o la nulidad de lo actuado, dictándose esta resolución fuera del plazo legal toda vez que el Tribunal Registral Administrativo no contó con el Órgano Colegiado del 12 de mayo del 2010 al 12 julio del 2011.

Redacta la Juez Díaz Díaz, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. A falta de un elenco de hechos probados en la resolución venida en alzada, este Tribunal enlista como hecho con tal carácter, relevante para lo que debe ser resuelto, el siguiente:

UNICO: Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita la indicación geográfica “**Café de Costa Rica (DISEÑO)**”, bajo el registro número **212368**, desde el 6 de setiembre de 2011, propiedad del **INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA (ICAFE)**, y que fuera presentada con fecha 7 de agosto del año 2000, para proteger y distinguir: “*café en sus diferentes presentaciones de venta, sea a granel, ensacado, empacado individualmente, molido, entero, verde, tostado, semitostado, soluble, descafeinado y en extractos de café*”. (Ver folios 19, 20 y 21)

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no advierte hechos, útiles para la resolución de este asunto, que tengan el carácter de no probados.

TERCERO. SOBRE LA RESOLUCIÓN IMPUGNADA Y LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR LA PARTE APELANTE. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial, rechazó la inscripción del signo solicitado dado que corresponde a un nombre comercial inadmisibles por derechos terceros ya que así se desprende de su análisis y cotejo con el signo inscrito, por cuanto busca proteger un giro comercial relacionado con los productos de la indicación geográfica inscrita. Agrega que del estudio integral del signo



solicitado se comprueba que hay similitud gráfica, fonética e ideológica, la cual podría causar confusión en los consumidores al no existir distintividad notoria que permita identificar e individualizar el giro comercial a proteger, por lo que se estaría afectando el derecho de elección del consumidor y socavando el esfuerzo de los empresarios por distinguir sus productos y servicios a través de signos distintivos, los cuales se reconocen a través de sus inscripción fundamentando su decisión en que el nombre comercial propuesto transgrede los artículos 2 y 65 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Por su parte, los alegatos sostenidos por el representante de la empresa recurrente en sus escritos de apelación y de expresión de agravios, van en el sentido de que el Registro relaciona erróneamente la indicación geográfica inscrita con “cafecito tico” que contiene el signo propuesto, alegando que el giro de su establecimiento es un servicio que se genera o brinda por un costarricense, sea por un gesto cultural independientemente de donde este se encuentre y que utiliza el término “tico”, el cual no es un sinónimo de “Costa Rica”, lo que implica más bien darle una identidad al servicio brindado, sea *“cafeterías móviles que sirven café, **procesado en líquido para consumo humano directo** y para destacar publicitariamente la esencia del consumo gourmet de los diferentes tipos de combinaciones del café líquido, en frío o caliente, que provenga de cualquier agricultor o maquiladora del grano o subproductos exclusivamente costarricenses, en el ámbito turístico y de imagen país; como así para el promover el consumo saludable de café líquido entre la población con procesos nutricionales e ino cuos, en pro de la salud humana, a través de campañas y eventos de las móviles y los productores”*, y que la acción distintiva de los términos “cafetería móvil tipo gourmet”, debe verse no como confusión al consumidor entre producto y servicio, sino como mercados muy separados, como lo son, y nichos de mercado o consumidores paralelos, como lo son; por cuanto las cafeterías no están ni en pulperías ni en los pasillos de supermercados, por ejemplo. Indica que siendo una cafetería móvil, dará un servicio determinado y por tanto diferenciado al Café de Costa Rica que viene en bolsas o sacos o granos o polvo. Agrega que el análisis del cotejo gráfico realizado carece de sustento porque el término “tico” equivale a “costarricense” y no a “Costa Rica”, siendo



además que desde el punto de vista fonético no se realizó bien el cotejo pues indica que la distintividad fonética permite que “CAFECITOTICO” pueda relacionarse a su vez con “totico”, “CITO”, “FECITO”, “CITOTI” no necesaria ni exclusivamente con las palabras “CAFÉ” ni “CAFECITO” y mucho menos “TICO” de manera exclusiva. Concluye que el signo propuesto no tiene ningún símbolo relacionado con la rueda de la carreta que pueda demostrar fehacientemente la Administración se relaciona con lo inscrito por ICAFE.

CUARTO. SOBRE EL NOMBRE COMERCIAL. El *nombre comercial* es aquel signo que identifica y distingue a una empresa o un establecimiento comercial de otros, con el objeto de que sean reconocidos por el público dentro del mercado, tal y como lo informa el artículo 2° de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, No. 7978, del 6 de enero del 2000, que lo define como: “[...] *Signo denominativo o mixto que identifica y distingue una empresa o un establecimiento comercial determinado.*”, de ahí que la protección del *nombre comercial* se fundamenta en la circunstancia de que es el más sencillo, natural y eficaz medio para que un comerciante identifique su actividad mercantil, permitiéndole al público que lo reconozca fácilmente.

El objeto del *nombre comercial* tiene una función puramente distintiva, reuniendo en un signo la representación de un conjunto de cualidades pertenecientes a su titular, tales como el grado de honestidad, reputación, prestigio, confianza, fama, calidad de los productos.

BREUER MORENO, citado por BERTONE y CABANELLAS, señala que el nombre comercial es: “[...] *aquel bajo el cual un comerciante –empleando la palabra en su sentido más amplio– ejerce los actos de su profesión; es aquél que utiliza para vincularse con su clientela; para distinguirse a sí mismo en sus negocios o para distinguir a su establecimiento comercial. [...]*” (Véase a Mario Efraim LÓPEZ GARCÍA, Nombres comerciales y emblemas; en <http://www.ilustrados.com/publicaciones/EpyAuVFplAWdWFYapo.php>).



Señala también la doctrina que, el nombre comercial es: “[...] *el signo para distinguir al empresario de otros empresarios. Originalmente su finalidad está estrechamente vinculada con las denominaciones sociales y las formas de identificación de la empresa [...] El principio de especialidad aplicado a los nombres comerciales significa que el nombre comercial distingue los empresarios respecto de actividades similares, por lo que –a diferencia con lo que sucede con las denominaciones sociales- pueden convivir nombres comerciales idénticos con tal de que se destinen a actividades distintas [...]*” (LOBATO, Manuel, **Comentarios a la Ley 17/2001 de Marcas, Primera Edición, CIVITAS Ediciones, España, 2002, páginas 1019 y 1022**).

En este contexto, se puede colegir que la distintividad es un requisito básico que debe cumplir todo nombre comercial a fin de ser consecuente con su propia naturaleza como es la de ser un signo distintivo, y en tal sentido, la de individualizar a un determinado empresario dentro del mercado.

Los artículos 64 y siguientes de la Ley citada, regulan los nombres comerciales. El numeral 65 establece sobre los nombres comerciales inadmisibles y al efecto impone: “[...] *Un nombre comercial no podrá consistir, total ni parcialmente, en una designación u otro signo contrario a la moral o el orden público o **susceptible de causar confusión**, en los medios comerciales o el público, sobre la identidad, la naturaleza, las actividades, el giro comercial o cualquier otro asunto relativo a la empresa o el establecimiento identificado con ese nombre comercial o sobre la procedencia empresarial, el origen u otras características de los productos o servicios producidos o comercializados por la empresa. [...]*” (el destacado en negrita no es del texto original).

De la anterior disposición se deduce, que un nombre comercial no puede consistir en una designación susceptible de causar confusión, en el mercado al público consumidor, sobre la identidad del establecimiento identificado con un nombre o sobre la procedencia empresarial de los productos o servicios que se comercializa.



Respecto a su registro, merece tener presente que conforme el párrafo segundo del artículo 67 de la citada Ley “[...] *El registro del nombre comercial tendrá duración indefinida y se extinguirá con la empresa o el establecimiento que emplea el nombre comercial. Podrá ser cancelado en cualquier tiempo, a pedido de su titular. [...]*”

El régimen y trámites para la protección del **nombre comercial** es muy similar al de la **marca**, tal y como lo establece el artículo 68 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que prevé la aplicación de los procedimientos establecidos para el registro de las marcas, para el caso de la inscripción de un nombre comercial, su modificación y anulación, al disponer que: “(...) *Un nombre comercial, su modificación y anulación se registrarán en cuanto corresponda, siguiendo los procedimientos establecidos para el registro de las marcas. [...]*”, puesto que ambos son signos distintivos que un comerciante puede emplear en el ejercicio de una actividad mercantil y, consecuentemente, resulta que pueden utilizarse para el primero, los mismos signos previstos para la segunda, pero ajustándose a lo que dispone el artículo 65 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, transcrito supra. En consecuencia, un nombre comercial, al igual que una marca, es objeto de registración cuando cumple a cabalidad con los tres elementos característicos que todo signo distintivo debe cumplir; a saber: **a) su perceptibilidad**: entendida como la necesidad de que el signo pueda ser apreciado por medio de los sentidos, haciendo referencia a todo elemento, signo o indicación que pueda ser captado por los sentidos para que, por medio de éstos, penetre en la mente del público, el que de esta manera aprehende y a la vez asimila con facilidad el signo; **b) su distintividad**: que es la función esencial de la marca, (y en este caso del nombre comercial) y que radica en distinguir un establecimiento de otros, haciendo posible que el consumidor los diferencie, “[...] *Porque la distintividad importa tanto al empresario, quien ofrece en el mercado un producto con el propósito de hacer conocer su origen, la calidad y condiciones del mismo, como al consumidor quien desea adquirir un producto de determinado origen y calidad. La distintividad del producto sirve de puente de comunicación entre empresarios, productores y consumidores en la medida en que lanza al mercado una señal inequívoca de la procedencia de los bienes y despierta en el consumidor la convicción de que el*



producto que adquiere es el que desea porque lo conoce y lo asocia con un único productor. [...]” (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, sentencia emitida el 25 de setiembre de 1998. Proceso No. 23-IP-98) y c) **susceptibilidad de representación gráfica**: que permite la publicación y el archivo de la denominación solicitada en las respectivas oficinas de propiedad industrial, esa descripción, además, sirve para formarse una idea del signo.

Concluyendo y con base en lo expuesto, un nombre comercial es objeto de registración, cuando cumple con los tres requisitos anteriormente señalados y esencialmente para el caso concreto con la característica primordial de todo signo marcario, sea la distintividad, que consiste en distinguir un establecimiento de otros, y asimismo diferenciar éstos con marcas inscritas que puedan estar relacionadas por los productos o servicios que protegen y distinguen con el giro o actividad del establecimiento comercial; y además, siempre que no se encuentre comprendido en alguna de las causales que impiden su registro, establecidas en el artículo 65 transcrito, haciendo posible que el consumidor los diferencie y no se confunda.

QUINTO. EN CUANTO AL FONDO DEL ASUNTO. Sobre la aplicación de los artículos 2 y 65 de nuestra Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, hemos de indicar que la aptitud distintiva y la inconfundibilidad son condiciones necesarias que debe tener todo signo que pretenda ser registrado como nombre comercial, que su principal función es que el consumidor lo pueda identificar y distinguir de entre otros de su misma especie. En ese sentido, comparte este Tribunal lo resuelto por el Órgano a quo en cuanto a los fundamentos dados para rechazar el signo propuesto, sea por derechos de terceros al encontrarse inscrita la indicación geográfica “**Café de Costa Rica (DISEÑO)**” de repetida cita, sin embargo debe agregar este Tribunal que también el signo propuesto incurre en la prohibición de registro contenida en el artículo 65, ya que se puede afirmar, que lo pedido carece de aptitud distintiva respecto del establecimiento y giro comercial a proteger y distinguir, en razón de que el uso de tal nombre comercial resulta genérico y de uso común en los sectores comerciales que ejercen la actividad o el giro comercial relacionado con el café como los servicios de cafetería comercializados por la empresa apelante,



ya que con permitir su inscripción se estaría violentando dicho artículo ya que en cuanto a la **distintividad**, se tiene que el nombre comercial analizado en su conjunto carece de la necesaria capacidad distintiva, al estar conformado en su parte denominativa por términos descriptivos y genéricos conocidos por el público consumidor y que se relacionan en forma directa con el giro u actividad comercial a proteger y distinguir con el signo propuesto y dada la conformación de este, se trata de frases que se relacionan directamente con el giro comercial a proteger y distinguir, por lo que el signo marcario es carente de la distintividad requerida de conformidad con el artículo 2 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. Debe comprender el solicitante y aquí apelante que de una infinidad de posibles signos distintivos a escoger, solicitó uno que expresamente se relaciona con el giro comercial a proteger y distinguir. Por lo que, a pesar de que la empresa manifieste en sus agravios que el signo goza de la distintividad requerida para obtener la protección registral a criterio de este Órgano de alzada no resulta inscribible, ya que si bien es cierto el hecho de que el signo propuesto es mixto, por lo que goza además de su parte denominativa que resulta genérica tal y como se analizará más adelante, lo conforma una parte figurativa, que en este caso concreto no solventa la falta de capacidad distintiva del signo, exigida por el artículo 2 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, en virtud de que utiliza la rueda de la carreta típica que es un símbolo nacional y tal como fue resuelto en el Voto No. 709-2013 de las nueve horas con diez minutos del siete de junio de dos mil trece, se estableció con respecto a la utilización de este símbolo patrio, lo siguiente:

“[...] efectivamente el signo inscrito bajo el número de registro 211332 de fecha 4 de agosto de 2011, cuyo titular es COSTA RICA S CRAFT BREWING COMPANY LIMITADA, contiene elementos que son característicos de la carreta típica costarricense, declarada símbolo nacional del trabajo, bajo el decreto N° 18.197- C del 18 de julio de 1988, [...].

[...]

Si observamos la rueda de una carreta típica, ésta al igual que el signo inscrito, corresponde a una figura circular, dentro de la cual contiene otra figura geométrica de



este tipo a todo su alrededor que refleja puntas de diferentes colores a semejanza de las hojas verdes terminadas en punta contenidas en la marca que se pretende anular. Además la disposición de figuras y colores contenidos dentro de ese círculo, no dejan de tener una relación visual con los que conforma la marca inscrita. El consumidor medio al visualizar ese signo marcario, lo relacionará con las figuras y los colores que se utilizan de larga data en la carreta típica costarricense, que se ha caracterizado por el uso de un dibujo similar a la rosa de los vientos con diversas figuras y colores fuertes que llaman la atención al consumidor y que lo hacen tener esas características que le han valido para ser considerado un símbolo o emblema nacional.

Rueda de carreta típica

Símbolo nacional



Si bien los artesanos creadores de las carretas típicas no pueden apropiarse de la figura de la rosa de los vientos, porque es un instrumento de uso público, sí es dable decir, que en la forma que ellos han dispuesto las representaciones y los colores en ese producto, conllevaron a determinar que esos elementos son propios de este símbolo nacional. De esta forma y comparando el signo inscrito con la carreta típica, indudablemente esa marca contiene no solo la semejanza de la rosa de los vientos, que puede ser utilizada por la empresa COSTA RICA S CRAFT BREWING COMPANY LIMITADA y cualquier



otra dentro del comercio siempre y cuando sea un elemento secundario dentro del signo, sino también la disposición de figuras, colores y flores que son característicos de ese emblema.

La Administración Registral en aplicación de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, no puede permitir que se utilice la semejanza de ese instrumento con dibujos y colores que son propios a un emblema nacional, cuyas figuras son características reconocidas por la sociedad costarricense, como parte de ese símbolo patrio.

No cabe duda que al hacer el cotejo visual entre la marca inscrita y las estampas contenidas en la carreta típica, no existen elementos disímiles que hagan pensar al consumidor que el signo registrado difiera del emblema en discusión y esto no solamente causa confusión, sino también una violación al artículo 7 inciso m) citado.

Las instancias respectivas de la Administración Registral deben proteger no solo los bienes del Estado, sino también sus símbolos, es la llamada para no permitir la inscripción de marcas que traten de apropiarse de éstos o de su concepto en forma total o parcial. El signo inscrito, reproduce parcialmente el emblema de la carreta típica en detrimento de los símbolos que representan nuestro país, no solo a nivel nacional sino también internacional. [...]”.

Teniendo claro lo establecido por el voto antes citado, es criterio del Tribunal que este resulta aplicable al caso que nos ocupa, concluyendo que la rueda de la carreta típica no puede ser utilizada como parte del signo propuesto.

Por otro lado, este Tribunal es del criterio que el nombre comercial requerido en su parte denominativa no presenta una carga distintiva relevante para que el público consumidor pueda distinguirlo eficazmente de otros competidores en el mercado, ello en virtud de que el



consumidor lo que a primera vista percibe son los términos **“Cafecito Tico”**, lo cuales no tienen la distintividad necesaria, por ser términos descriptivos, genéricos y de uso común entre los costarricenses. En lo que respecta al término **“Tazte”** que conforma el signo solicitado, se debe indicar que aún y cuando se solicite con la letra **“Z”**, desde el punto de vista fonético en la mente del consumidor medio se asimila como el término **“Taste”**, cuya traducción al idioma español significa **“Sabor”**, por lo que no le otorga la distintividad requerida al signo propuesto, que se apreciaría como **“Sabor a Cafecito tico”**, al igual que la frase **“cafetería móvil tipo gourmet”** con la cual se hace una descripción del giro u actividad comercial de lo que pretende proteger y distinguir el nombre comercial que nos ocupa.

En cuanto a la utilización del término **“tico”** en el signo propuesto es el criterio de este Tribunal que se refiere tanto al adjetivo coloquial como al sustantivo **“tico”**, palabra que forma parte del Diccionario de la Lengua Española de la Real Academia Española y que significa **“costarricense”**, y que también se utiliza como el sufijo **“_tico”** o **“_ico”**, que denotan un diminutivo. La utilización de los términos **“Cafecito tico”** se relacionan en forma directa con el giro comercial que se desea proteger y distinguir, siendo que el signo en su conjunto se puede interpretar como **“Cafecito de Costa Rica”** o **“Cafecito de origen costarricense”**. En esta inteligencia el Tribunal Registral Administrativo mediante el Voto No. 143-2007 de las 11 horas del 19 de abril del año 2007, ha establecido que *“[...] los términos que han pasado a ser acepciones propias de un país y que se han incluido dentro del lenguaje típico costarricense, no pueden ser apropiadas, son términos que por el uso y significado que se le ha dado en el tiempo, se constituye inapropiable en forma exclusiva [...]”*. De conformidad con lo anterior, se considera que la palabra **“tico”** es de uso generalizado y que se ha adoptado como un identificativo cultural de los costarricenses, en otras palabras es un costarriqueñismo que forma parte integral del lenguaje propio de nuestro país.

Debe tomarse en cuenta que el signo propuesto, de conformidad con todo lo anteriormente expuesto, no posee ningún elemento denominativo ni figurativo que le otorgue capacidad



distintiva requerida por ley, y aún en su conjunto, imprime en forma directa en la mente del consumidor promedio la idea de que el giro comercial a proteger es de origen costarricense; y en cuanto a la **distintividad**, se tiene que el nombre comercial analizado en su conjunto carece de la necesaria distintividad que permita identificarlo e individualizarlo, al estar conformado en su parte denominativa por términos conocidos por la población y que indican claramente la naturaleza del giro comercial a proteger, y en su parte figurativa por el emblema nacional de la rueda de la carreta típica costarricense, según fue expuesto, resultando por tales razones el conjunto de los elementos que conforman el signo inapropiables por parte de un particular, por lo cual no es posible la inscripción del mismo al violentar los artículos **2** y **65** de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, correspondiendo su rechazo.

Por consiguiente, al contrario de los alegatos expuestos por el recurrente en su impugnación, adolece el signo propuesto por cuenta de la empresa **CORPORACION CAFECITO TICO S.A.**, de la falta de capacidad distintiva a la que aluden los artículos **2** y **65** de repetida cita, por lo que no resulta viable autorizar el registro como nombre comercial de un signo que presente tal falencia. Debido, entonces, a la contundencia de la inoportunidad de la inscripción del nombre comercial “**Tazte Cafecito tico cafetería móvil tipo gourmet (DISEÑO)**”, por su falta de distintividad y concluirse también que con el nombre comercial que se pretende registrar se podrían afectar los derechos del **Instituto del Café de Costa Rica (ICAFE)**, titular de la indicación geográfica inscrita, quebrantando con ello de igual forma lo estipulado en los artículos antes citados, concuerda este Tribunal con el Registro **a quo**, en que lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el señor **Allan Fabrizzio Castillo Durán**, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **CORPORACION CAFECITO TICO S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con cuatro minutos y veinticinco segundos del diecisiete de setiembre de dos mil trece, la cual, en este acto debe confirmarse.



SEXTO. 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, N° 8039, del 12 de octubre de 2000 y 29 del Reglamento Operativo de este Tribunal, Decreto Ejecutivo No. 35456-J de 30 de marzo del 2009, publicado en La Gaceta No. 169 de 31 de agosto del 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, se declara **SIN LUGAR** el Recurso de Apelación interpuesto por el señor **Allan Fabrizzio Castillo Durán**, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **CORPORACION CAFECITO TICO S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con cuatro minutos y veinticinco segundos del diecisiete de setiembre de dos mil trece, la cual se confirma, denegándose la inscripción del signo solicitado. 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 Daniel Suárez Baltodano

Ilse Mary Díaz Díaz

Kattia Mora Cordero

Guadalupe Ortiz Mora



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

DESCRIPTOR

NOMBRES COMERCIALES INADMISIBLES

TG. NOMBRE COMERCIAL INADMISIBLE