



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

Expediente N°: 2006-0385-TRA-PI

Solicitud de inscripción de la marca: “BRAHMA CHOPP”

Productora La Florida S. A., y Florida Ice and Farm Company S. A., Apelantes

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de origen N° 5323-02)

[Subcategoría: Marcas y Otros Signos Distintivos]

VOTO N° 301-2007

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las diez horas del dos de octubre de dos mil siete.

Recurso de Apelación interpuesto por el Licenciado **Manuel Peralta Volio**, mayor de edad, casado, abogado, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número 9-012-480, en su calidad de *Apoderado Generalísimo sin Limitación de Suma* de las empresas **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, SOCIEDAD ANÓNIMA**, titular de la cédula de persona jurídica número 3-101-000784, y **PRODUCTORA LA FLORIDA SOCIEDAD ANÓNIMA**, titular de la cédula de persona jurídica número 3-101-306901, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las quince horas con veintinueve minutos del diecinueve de mayo de dos mil seis.

RESULTANDO

I.- Que mediante escrito presentado el 6 de agosto de 2002, el Licenciado Víctor Vargas Valenzuela, en representación de la sociedad **COMPANHIA BRASILEIRA DE BEBIDAS**, solicitó la inscripción de la marca “**BRAHMA CHOPP**”, en **Clase 32** del nomenclátor, para proteger y distinguir cervezas; aguas minerales, gaseosas y otras bebidas no alcohólicas;



bebidas a base de frutas; jugos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas.

II.- Que una vez efectuada la publicación de ley, mediante escritos presentados el 30 de abril de 2003, el Licenciado Manuel Peralta Volio, en representación de las empresas **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, y **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY S.A.**, formuló sendas oposiciones a la inscripción de la marca de fábrica recién señalada.

III.- Que por no haber encontrado mérito en esas oposiciones, mediante resolución dictada a las quince horas con veintinueve minutos del diecinueve de mayo de dos mil seis, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso: “**POR TANTO:** / *Con base en las razones expuestas y citas de la Ley 7978, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor N° 7472, Convenio o de París, Acuerdo de los ADPIC, se resuelve: Se declara sin lugar la oposición interpuesta por el apoderado de PRODUCTORA LA FLORIDA, S.A. y FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, ambas de esta plaza, contra la solicitud de inscripción de la marca BRAHMA CHOPP, en clase 32 internacional, presentada por COMPANHIA BRASILEIRA DE BEBIDAS, de Brasil, la cual se ACOGE (...). NOTÍQUESE. (...)*” (Las negritas son del original).

IV.- Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 20 de julio de 2006, el Licenciado **Manuel Peralta Volio**, en representación de las empresas **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY S.A.**, y **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, apeló la resolución referida, y por escrito presentado ante este Tribunal el 13 de febrero del año en curso, sustanció ese recurso, argumentando que la marca solicitada imita, reproduce y absorbe su marca inscrita, “**CHOPP**”, lo cual pone en riesgo de confusión al consumidor, porque los productos que estarían protegiendo son iguales, y se distribuyen por los mismos canales, debiéndose impedir por eso la inscripción de la marca solicitada.

V.- Que a la sustanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde, y no se



observan causales, defectos u omisiones que causen indefensión o la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución dentro del plazo legal, y previas las deliberaciones de rigor.

Redacta la Jueza Ortiz Mora; y,

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LA PRUEBA PARA MEJOR PROVEER. Fueron requeridos para mejor proveer, los medios probatorios enunciados en las resoluciones dictadas a las 14:45 horas del 18 de enero, a las 15 horas del 12 de marzo y a las 15:30 horas del 11 de setiembre, todas del año en curso, los cuales se han tenido a la vista a los efectos de dictar esta resolución, y son los que constan, respectivamente, a folios del 155 al 159, del 188 al 199, del 212 al 213 del expediente.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. A falta de un elenco de hechos probados en la resolución venida en alza, este Tribunal enlista los siguientes con tal carácter:

1° Que en el Sistema de Marcas del Registro de la Propiedad Industrial de Costa Rica, se encuentran inscritos a nombre de la empresa **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY S.A.**, los siguientes signos distintivos:

- a) La marca de fábrica “**CHOPP**”, bajo el registro número **44412**, vigente desde el 16 de mayo de 1972 y hasta el 16 de mayo de 2007, para distinguir y proteger extracto de malta medicinal, en **Clase 05** del nomenclátor internacional (ver folio 155).
- b) La marca de fábrica “**CHOPP**”, bajo el registro número **76512**, vigente desde el 30 de julio de 1991 y hasta el 30 de julio de 2011, para distinguir y proteger bebidas lácteas en **Clase 29** del nomenclátor internacional (ver folios 156 y 157).
- c) La marca de fábrica “**CHOPP**”, bajo el registro número **76536**, vigente desde el 31 de julio de 1991 y hasta el 31 de julio de 2011, para distinguir y proteger preparaciones a base de cereales y azúcares en **Clase 30** del nomenclátor internacional (ver folios 158 y 159).



2° Que la empresa **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.** desistió el 12 de febrero de 2004, de la inscripción en el citado Registro de la marca “**BRAMAN**” (ver folio 199).

3° Que en ese mismo Sistema de Registro de Marcas se encuentran inscritos a nombre de la empresa **COMPANHIA BRASILEIRA DE BEBIDAS**, los siguientes signos distintivos:

- a) La marca de fábrica “**BRAHMA**”, bajo el registro número **57189**, vigente desde el 26 de marzo de 1980 y hasta el 26 de marzo de 2010, para distinguir y proteger bebidas gaseosas no alcohólicas y cerveza, en **Clase 32** del nomenclátor internacional (ver folio 188).
- b) La marca de fábrica “**BRAHMA (Diseño)**”, bajo el registro número **92655**, vigente desde el 31 de agosto de 1995 y hasta el 31 de agosto de 2005, para distinguir y proteger cerveza, en **Clase 32** del nomenclátor internacional (ver folios del 189 al 191).
- c) La marca de fábrica “**BRAHMA LA N° 1**”, bajo el registro número **92657**, vigente desde el 31 de agosto de 1995 y hasta el 31 de agosto de 2005, para distinguir y proteger cerveza, en **Clase 32** del nomenclátor internacional (f. 192).
- d) La marca de fábrica “**BRAHMA CHOPP (Diseño)**”, bajo el registro número **93516**, vigente desde el 20 de octubre de 1995 y hasta el 20 de octubre de 2005, para distinguir y proteger cerveza, en **Clase 32** del nomenclátor (folios 193 a 195).
- e) La marca de fábrica “**PENSÓ CERVEZA PIDIÓ BRAHMA**”, bajo el registro número **94432**, vigente desde el 31 de enero de 1996 y hasta el 31 de enero de 2006, para distinguir y proteger cerveza, en **Clase 32** del nomenclátor internacional (ver folio 196).
- f) La marca de servicios “**BRAHMA TEAM**”, bajo el registro número **98474**, vigente desde el 6 de enero de 1996 y hasta el 6 de enero de 2007, para distinguir y proteger servicios de eventos promocionales y de patrocinadores de deportes, en **Clase 41** del nomenclátor internacional (ver folio 197).
- g) La marca de servicios “**BRAHMA SPORTS TEAM**”, bajo el registro número **98476**, vigente desde el 6 de enero de 1996 y hasta el 6 de enero de 2007, para



distinguir y proteger servicios de eventos promocionales y de patrocinadores de deportes, en **Clase 41** del nomenclátor internacional (ver folio 198).

4° Que el señor Víctor Vargas Valenzuela es apoderado especial de la empresa **COMPANHIA BRASILEIRA DE BEBIDAS** (folios 212 y 213).

TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. El opositor no comprueba la existencia de la marcas CHOPP en clases 32, 33 y 31, todas inscritas según su dicho, bajo el registro número 44412 del 16 de mayo de 1972.

CUARTO. EN CUANTO AL FONDO. A-) Sobre la distintividad de las marcas. Se define la marca como aquel bien inmaterial destinado a distinguir un producto o servicio de otros, representado por un signo que, siendo intangible, requiere de medios sensibles para su perceptibilidad, con el fin de que el consumidor pueda apreciarlo, distinguirlo y diferenciarlo. El artículo 2° de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (N° 7978, del 6 de enero de 2000), es claro al indicar que ese derecho intangible es: “...*Cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase*”.

Ese artículo presenta una redacción similar a la del numeral 15, Sección Segunda del Acuerdo Sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC), ratificado en este país mediante Ley N° 7475, del 20 de diciembre de 1994, que también prevé que la distintividad es una característica indispensable que debe revestir toda marca para poder ser inscrita como tal.

Dicha distintividad resulta ser, entonces, una particularidad de la marca. y representa su función esencial, toda vez que su misión está dirigida a distinguir unos productos o servicios de otros, haciendo posible que el consumidor pueda identificarlos, en cuanto a sí mismos, y a



su procedencia empresarial. Así, entonces, es condición primordial para que un signo se pueda registrar, que ostente, precisamente, ese carácter distintivo, que permita diferenciar claramente el producto o servicio al que se refiera, de otros iguales que se encuentren en el comercio. Además, se requiere que la marca cuya inscripción se solicita, no se halle dentro de las causales de inadmisibilidad que se contemplan en los artículos 7º y 8º de la Ley de Marcas.

B-) Sobre los signos marcarios idénticos o similares. De conformidad con los artículos 8º y 14 de la Ley de Marcas, con relación al 24 de su Reglamento (Decreto Ejecutivo N° 30233-J, del 20 de febrero de 2002), todo signo que pretenda ser registrado como marca, debe ser primordialmente distintivo, y no debe generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción.

Tal es la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular, que tiene como corolario la protección que se despliega, con el uso de esa marca, en relación con las marcas de productos similares (artículo 25 de la Ley de Marcas). Es decir, que ese derecho exclusivo del titular de una marca registrada, le faculta para impedir que terceros utilicen su marca o una marca similar, susceptible de crear confusión en productos similares. Por eso, cuanto menor aptitud distintiva posea un signo, mayor será la probabilidad de confusión, toda vez que la semejanza entre los signos puede inducir a los consumidores a error en cuanto a la procedencia o el origen de los productos que adquiere.

Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre productos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador y, por ende, no sería posible dar protección al signo solicitado.

C-) Sobre el caso concreto. La sociedad **COMPANHIA BRASILEIRA DE BEBIDAS** solicitó la inscripción de la marca **“BRAHMA CHOPP”**, en **Clase 32** del nomenclátor, para proteger y distinguir cervezas; aguas minerales, gaseosas y otras bebidas no alcohólicas;



bebidas a base de frutas; jugos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas, solicitud a la que se opusieron las empresas **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, y **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY S.A.** En la resolución apelada, el Registro de la Propiedad Industrial rechazó la oposición de aquellas, y declaró con lugar la solicitud de inscripción. Las empresas opositoras, entonces, impugnaron el fallo, argumentando que la marca solicitada imita, reproduce y absorbe su marca inscrita, “**CHOPP**”, lo cual pone en riesgo de confusión al consumidor, porque los productos que estarían protegiendo son iguales, y se distribuyen por los mismos canales, debiéndose impedir, por ende, la inscripción cuestionada. La empresa solicitante, por su parte, destacó que la marca solicitada, “**BRAHMA CHOPP**”, es una marca notoriamente conocida; que entre esa marca, y la inscrita, “**CHOPP**”, no hay similitudes ortográficas, fonéticas o ideológicas; y que en todo caso distinguen productos de diferente naturaleza, por lo que no se causaría un riesgo de confusión entre el público consumidor.

Ahora bien, vistas tales argumentaciones, cabe señalar que la normativa marcaría no establece líneas claras ni pautas definidas, como herramientas de apoyo para la interpretación de la susceptibilidad de inscripción de las solicitudes que se presenten; sin embargo, se han tomado varios criterios o reglas que coadyuvan al operador jurídico para determinarla. Entre ellos: *el principio de especialidad*, que determina que la compatibilidad entre signos será más fácil cuanto más alejados sean los productos o servicios distinguidos por las marcas enfrentadas. No obstante, esa regla no es axiomática, por cuanto hay supuestos en los que los productos o servicios son similares, aunque se sitúen en clases distintas de la nomenclatura internacional, o todo lo contrario, son diferentes, aún cuando se ubiquen en la misma clase.

En este caso la inscrita “**CHOPP**” en Clase 5, según Acta 44412 del 16 de mayo de 1972 protege “*extracto de malta medicinal*”; “**CHOPP**” en clase 29, según Acta 76512 del 30 de julio de 1991, protege “*bebidas lácteas*”; “**CHOPP**” en clase 30, según Acta 76536 del 31 de julio de 1991 protege “*preparaciones a base de cereales y azúcares*”; mientras que la



solicitada, “**BRAHMA CHOPP**”, protegerá cervezas, aguas minerales y gaseosas y otras bebidas no alcohólicas, bebidas a base de frutas y jugos de frutas, siropes y otras preparaciones para hacer bebidas, en Clase 32 de la nomenclatura internacional, es decir, entre ellas no existe similitud de productos.

Una segunda regla es la *comparación de marcas de acuerdo con una primera impresión*. Esa primera impresión determina si las marcas se confunden a tal grado que no es permisible la concesión de la marca posterior. Abarca una visión de conjunto de los elementos denominativos y gráficos de ambos signos. En este caso, está claro que lo que se enfrentan son marcas denominativas: “**CHOPP**” y “**BRAHMA CHOPP**”.

Bajo esa línea, ocurre que la doctrina se ha decidido por hacer prevalecer los *elementos denominativos* de un signo, sobre los *elementos gráficos*, siempre y cuando aquellos elementos sean la parte sobresaliente de las marcas, pues esa regla puede decaer cuando el gráfico es muy característico, y a tal grado que sea la parte relevante y la que constituye la diferencia con el inscrito.

En el caso de marras, en donde las marcas contrapuestas, “**BRAHMA CHOPP**” y “**CHOPP**”, son denominativas, la búsqueda de su elemento dominante constituye una tarea importante, porque la pauta del acusado relieve del elemento dominante constituye un factor a tomar en cuenta a la hora de comparar dos signos distintivos para determinar así la existencia o no de similitudes o semejanzas entre uno y otro. Al respecto, se ha dicho que:

“... Rectamente entendida, la pauta del acusado relieve del elemento dominante significa que al confrontar una marca denominativa compleja, con otra marca denominativa (simple o compleja), hay que esforzarse por encontrar el vocablo más característico de las marcas confrontadas. Esto es, el vocablo que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor medio y determina, por lo mismo, la impresión general que la correspondiente marca va a suscitar en la mente del público.” (Fernández-



Nóvoa, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Ediciones Jurídicas y Sociales, S.A., Madrid, 2001, pp. 231-232).

Además y siempre sobre este tema, la doctrina se ha manifestado en el sentido de que *“Estas marcas deben compararse entre sí con arreglo a la pauta de la visión de conjunto; esto es, sobre la base de la totalidad de los elementos integrantes de cada denominación confrontada y sin descomponer su unidad.”* (Tratado Sobre Derecho de Marcas. Fernández Novoa, Carlos, segunda edición. Pág. 299).

Bajo esa tesitura, no hay duda que el “elemento dominante” es aquél que el público capta y retiene en la memoria con mayor facilidad, que viene a ser precisamente el que tiene mayor fuerza distintiva. En el caso de la marca solicitada, éste vendría a ser el vocablo **“BRAHMA_”**, por encontrarse en una primera posición, mientras que en el caso de la inscrita, sería el vocablo **“CHOPP”**, por ser el único de esa marca.

Una tercera regla toma en consideración *al consumidor medio como referencia para determinar la compatibilidad de marcas*; en ese sentido, se torna el punto de referencia para enjuiciar el riesgo de confusión, aunque por supuesto existe la excepción, de que en cuanto más especializado sea el consumidor o usuario de un sector específico, más difícil es que se produzca la confusión entre los signos.

Las marcas cotejadas, van dirigidas a un tipo de consumidor medio, que no es considerado especializado en la materia, ni tampoco su lado contrario. Es tal como lo establece la sentencia dictada por el Tribunal de Luxemburgo del 16 de julio de 1998, citada por el tratadista Fernández Novoa supra dicho (página 281): *“31. De las referidas Sentencias se deduce que, para determinar si la denominación, marca o mención publicitaria consideradas podían o no inducir a error al comprador, el Tribunal de Justicia tomó en consideración la expectativa que se producía en un consumidor medio, normalmente informado y razonablemente atento y perspicaz, sin haber evacuado informes periciales o encargado la realización de sondeos de*



opinión”.

Los productos que se protegen en las marcas cotejadas, por un lado “**CHOPP**”, cuyas certificaciones constan en el expediente a folios del 155 al 159, referencia que también hace la resolución apelada en su considerando primero, no entendiendo este Tribunal el hecho de que se encuentren otras marcas bajo la misma denominación “**CHOPP**”, inscritas en el mismo registro al que se refiere la Acta N° 44412, mismo tomo 124, mismo folio 186, misma fecha de inicio y vigencia, pero en diferentes Clases, hecho que a pesar de que se trató de dilucidar solicitando certificación, el Registro sólo certificó la correspondiente a la clase 5 “*extracto de malta medicinal*”, siendo que el interesado tampoco se preocupó por esclarecer esa situación. Además, los productos a proteger se expenden en canales de distribución diferentes, porque se trata de productos diferentes, que hace que el público consumidor no los relacione entre sí.

Una cuarta regla es la seguida en el artículo 24 del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que establece que para calificar las semejanzas entre signos marcarios, se debe hacer alusión al examen gráfico, fonético e ideológico entre los signos contrapuestos, dándosele mayor importancia a las semejanzas que a las diferencias. Asimismo, establece esa norma que para que exista posibilidad de confusión, no es suficiente que los signos sean semejantes, sino, además, que los productos que identifican sean de la misma naturaleza o que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre ellos.

Ese examen entre ambos signos es necesario, ya que la finalidad de una marca es individualizar productos o servicios, con el fin de diferenciarlos de otros iguales o similares existentes en el comercio y que puedan provocar en el público consumidor alguna confusión, sea ésta, positiva o negativa en relación al producto o servicio, con lo que se estaría en última instancia protegiendo no sólo al consumidor, sino también al empresario.

Partiendo de lo anterior, en esta oportunidad hay que esclarecer si existe alguna similitud entre



las marcas contrapuestas, para determinar la eventual imposibilidad de su coexistencia, todo conforme a los artículos 14 de la Ley de Marcas, 20 y 24 de su Reglamento.

Entonces, se sigue de ello que el punto a dilucidar se refiere a la inclusión del vocablo secundario “**CHOPP**” en la marca solicitada, que coincide con las marcas semejantes pertenecientes a la empresa **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY S.A.**

Así las cosas, coincide plenamente este Tribunal con el criterio del Registro **a quo**, en el sentido de que a pesar de las argumentaciones efectuadas por la empresa opositora, el *factor tópico* de la marca propuesta, entendiéndose como tal el predominio del vocablo situado en primer lugar dentro del conjunto de palabras que integran la correspondiente marca, que en este caso sería la palabra “**BRAHMA**”, le confiere a la marca solicitada, analizada en su conjunto y globalmente, la suficiente distintividad para diferenciarla de las que le han sido opuestas (“**CHOPP**”), porque aunque si bien se encontrarían presentes en la solicitada, difícilmente podría llevar a error al público consumidor destinatario de los productos protegidos por una y otra marca.

Sobre ese último particular, no puede soslayarse que en la medida en que la marca solicitada, “**BRAHMA CHOPP**”, fue solicitada para distinguir cervezas; aguas minerales, gaseosas y otras bebidas no alcohólicas; bebidas a base de frutas; jugos de frutas; siropes y otras preparaciones para hacer bebidas, todo ello en la **Clase 32** del nomenclátor, en el caso de las marcas “**CHOPP**”, se comprobó según las certificaciones que constan en autos, que éstas están registradas para distinguir extracto de malta medicinal, en **Clase 05**, bebidas lácteas en **Clase 29**, y preparaciones a base de cereales y azúcares en **Clase 30**, por lo que *aunque* podrían mantener semejantes canales de comercialización y puntos de venta, los productos como tales, y sus consumidores, no podrían ser llevados a confusión acerca de la naturaleza y origen empresarial de unos y otros, habida cuenta que el vocablo “**BRAHMA**”, como factor tópico de la marca solicitada, la logra diferenciar de las marcas inscritas “**CHOPP**”.



Conclusión obligada de lo expuesto, es que analizados en forma global y conjunta los signos marcarios contrapuestos, puede precisarse que la marca denominativa “**BRAHMA CHOPP**” que pretende registrarse, sí cuenta con la suficiente diferencial que le otorgue distintividad respecto de las marcas inscritas “**CHOPP**”.

CUARTO. Conforme a las consideraciones, citas normativas, de doctrina y jurisprudencia que anteceden, lo que corresponde es declarar sin lugar el recurso de apelación presentado por el Licenciado **Manuel Peralta Volio**, en su calidad de *Apoderado Generalísimo sin Limitación de Suma* de las empresas **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, SOCIEDAD ANÓNIMA**, y **PRODUCTORA LA FLORIDA SOCIEDAD ANÓNIMA**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las quince horas con veintinueve minutos del diecinueve de mayo de dos mil seis, la que en este acto deberá ser confirmada

QUINTO. 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, de doctrina y jurisprudencia que anteceden, por mayoría se declara sin lugar el Recurso de Apelación interpuesto por el Licenciado **Manuel Peralta Volio**, en su calidad de *Apoderado Generalísimo sin Limitación de Suma* de las empresas **FLORIDA ICE AND FARM COMPANY, SOCIEDAD ANÓNIMA**, y **PRODUCTORA LA FLORIDA SOCIEDAD**



ANÓNIMA, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las quince horas con veintinueve minutos del diecinueve de mayo de dos mil seis, la que en este acto se confirma. Se da por agotada la vía administrativa. El Juez Rodríguez Jiménez salva el voto. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejará en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFÍQUESE.**

M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora

Lic. Luis Jiménez Sancho

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez

M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde

Lic. Adolfo Durán Abarca

VOTO SALVADO DEL JUEZ CARLOS MANUEL RODRÍGUEZ JIMÉNEZ

El juez que suscribe salva el voto, en el sentido que, de previo a resolver el fondo del presente asunto, debe solicitarse a la **COMPANHIA BRASILEIRA DE BEBIDAS**, una certificación legible y completa, que incluya la secuencia total de la legalización y consularización de firmas, del poder otorgado al Licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, pues la certificación visible a folios 212 y 213 no reúne tales requisitos. Asimismo, debe solicitarse al Registro de la



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

Propiedad Industrial, certificación de la inscripción de las siguientes marcas: 1.- “CHOPP”, clase 32, registro número 44412, para proteger y distinguir cerveza aguada, fuerte, negra y tipo lager; bebidas de cereales, de malta y polvos para cerveza”. 2.- “CHOPP”, clase 33, registro número 44412, para distinguir y proteger “licores”; ambas inscritas a nombre de Florida Ice & Farm Company, S.A.

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

DESCRIPTOR:

INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

OPOSICIÓN A LA INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TNR: 00.42.38