



## **RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**Expediente N° 2014-0941-TRA-PI**

**Solicitud de marca de fábrica y comercio “SoyVida (Diseño)”**

**GLORIA S.A, Apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen No. 506-2014)**

**[Subcategoría: Marcas y otros signos]**

## ***VOTO N° 515-2015***

***TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las diez horas treinta y cinco minutos del cuatro de junio de dos mil quince.***

***Recurso de Apelación*** interpuesto por el Licenciado **Mark Beckford Douglas**, abogado, vecino de San José, con cédula de identidad número 1-857-192, en su condición de apoderado especial de la empresa **GLORIA S.A**, en contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las ocho horas, cuarenta y tres minutos con veintidós segundos del veintitrés de octubre de dos mil catorce.

### ***RESULTANDO***

**PRIMERO.** Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el día 20 de enero de 2014, por el Licenciado **Mark Beckford Douglas**, en su condición de apoderado especial de la empresa **GLORIA S.A**, sociedad organizada y existente bajo las leyes de la República de Perú, domiciliada en Avenida República de Panamá, 2461, Lima 13, Perú, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio **“SoyVida”**.

**Diseño:**



En **clase 30** internacional, para proteger y distinguir: “Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; arroz; tapioca y sagú; harina y preparaciones de base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.”

**SEGUNDO.** Que mediante resolución dictada por el Registro de Propiedad Industrial a las ocho horas, cuarenta y tres minutos con veintidós segundo del veintitrés de octubre de dos mil catorce, se resolvió; “[...] Se declara con lugar parcialmente la oposición planteada por MANUEL E. PERALTA VOLIO, apoderado generalísimo de la empresa PRODUCTORA LA FLORIDA S.A., contra la solicitud de inscripción de la marca “SOY VIDA (DISEÑO), clase 30 internacional, solicitada por MARK BECKFORD DOUGLAS apoderado especial de GLORIA S.A., la cual se deniega para los siguientes productos: “ y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería,” y se acoge la marca solamente para los siguientes productos: “Café, té, sucedáneos del café, arroz, tapioca y sagú, harinas, levadura y polvos de hornear, confitería, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo. [...].”

**TERCERO.** Inconforme con la resolución mencionada, el representante de la empresa **GLORIA S.A**, interpone para el día 03 de noviembre de 2014, recurso de apelación y por medio de escrito presentado el 06 de noviembre de 2014 el representante de la compañía **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, presenta apelación, ambos ante el Tribunal de alzada.

**CUARTO.** Que mediante resolución dictada a las once horas, doce minutos con dieciséis segundos del cuatro de noviembre de dos mil catorce, el Registro de la Propiedad Industrial resolvió: “[...]: Admitir el Recurso de Apelación ante el Tribunal de alzada, [...].”



**QUINTO.** Que a la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que corresponde, y no se observan causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados o la invalidez 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 en la base de datos del Registro de la Propiedad Industrial, la empresa **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A** cuenta con el siguiente registro:

- 1) **Marca de fábrica y comercio:** “**VIDA LA FLORIDA**”, registro N° **226168**, en **clase 30** del nomenclátor internacional de Niza, para proteger y distinguir: “*Alimento para niños*” (v.f 121, 122)
- 2) **Marca de fábrica y comercio:** “**NUTRIVIDA**”, registro N° **230654**, en **clase 30** del nomenclátor internacional de Niza, para proteger y distinguir: “*Alimento para niños.*” (v.f 123, 124)
- 3) **Marca de fábrica y comercio:** “**MIVIDA**”, registro N° **228327**, en **clase 30** del nomenclátor internacional de Niza, para proteger y distinguir: “*Alimentos para niños (contemplados dentro de esta clase); cereales y panes.*” (v.f 125, 126)
- 4) **Marca de fábrica y comercio:** “**TUVIDA**”, registro N° **228272**, en **clase 05** del nomenclátor internacional de Niza, para proteger y distinguir: “*Alimentos para bebé.*” (v.f 127, 128)
- 5) **Marca de fábrica y comercio:** “**VIDAMIA**”, registro N° **228281**, en **clase 30** del nomenclátor internacional de Niza, para proteger y distinguir: “*Alimentos para niños contemplados dentro de esta clase; cereales y panes.*” (v.f 129, 130)



**SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** Este Tribunal no encuentra hechos con este carácter que sean de relevancia para el dictado de la presente resolución.

**TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.** El Registro de la Propiedad Industrial, resolvió rechazar parcialmente la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio “**SoyVida (Diseño)**” presentada por la empresa **GLORIA S.A.**, en virtud de acoger parcialmente la oposición planteada por la empresa **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, contra la solicitud de inscripción de la marca “**SOY VIDA (DISEÑO)**”, en clase 30 internacional, solicitada por la compañía **GLORIA S.A.**, acogiéndose su protección únicamente para: *“Café, té, sucedáneos del café, arroz, tapioca y sagú, harinas, levaduras y polvos de hornear, confitería, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo.”* Y se procede a denegar la solicitud para proteger: *“Preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería”*, siendo que con relación a ellos el signo propuesto transgrede el artículo 8 incisos a) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.

Por su parte, el representante de la empresa **GLORIA S.A.**, dentro de sus agravios manifestó, que no es cierto que su representada dañe a la competencia y provoque error en el consumidor, ya que es una compañía de gran prestigio tanto en su país de origen, como en Latinoamérica y Europa. Si bien la empresa opositora tiene registradas varias marcas con la terminología VIDA no es motivo para apropiarse de ella. Que conforme al principio de especialidad marcario, la marca debe servir para diferenciar y amparar los productos o servicios para los que fue creado y en consecuencia no es lícito registrar un signo para proteger toda clase de cosas, como sucede con la empresa opositora.

Agrega, que el signo propuesto por su representada “SOYVIDA” debió ser analizado bajo una visión en conjunto, con lo cual no se causaría error de confusión. Que el signo cumple con la veracidad exigida a las marcas para participar en el mercado ya que no establece falsas



indicaciones sobre la procedencia de los productos o servicios que pretende proteger y en consecuencia puede ser registrada. En conclusión, la marca Soy Vida no es engañosa ni descriptiva, por lo que solicita se declare con lugar el recurso de apelación y se continúe con el proceso del registro de la marca de su representada.

Por su parte, la representante de la empresa **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, señaló que la marca solicitada si es atributiva de cualidades y engañoso porque si le atribuye al producto la cualidad de ser *vida*; y además engañosa porque da a entender que este producto le da *vida*. Asimismo, indica que la palabra VIDA es parte de la familia de marcas propiedad de su representada, la cual se compone por más de 25 registros. Lo anterior, indica se demuestra por medio de los productos identificados con la marca NUTRIVIDA, y que se pueden consultar en la página web, <http://www.nutrivida.co.cr/>. En consecuencia, se reconoce que existe similitud gráfica, fonética e ideológica entre los signos cotejados, siendo fundamental el aspecto ideológico, tal y como de esa manera lo determinó el Registro, por ende, hay confusión entre los signos y sobre todo porque se trata de la misma clase 30 de la Nomenclatura internacional.

Añade, que su representada discrepa del criterio del Registro al considerar que no existe riesgo de confusión con relación a los productos; *“Café, té, sucedáneos del café, arroz, tapioca y sagú, confitería, harinas levaduras y polvos de hornear, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo.”* Por lo que el consumidor considerará que los productos identificados con el distintivo SOY VIDA, son parte de la línea de productos de su representada o avalada por ella. En razón de lo antes dicho su representada solicita se revoque la resolución venida en alzada en cuanto a la denegatoria de la oposición y se rechace el registro de la marca solicitada.

**CUARTO. SOBRE EL CASO CONCRETO.** De conformidad con la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos No. 7978 de 06 de enero de 2000 y su Reglamento, Decreto Ejecutivo número 30233-J de 20 de febrero de 2002, publicado en el Diario Oficial La Gaceta en fecha 4



de abril de 2002, disponen que todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo, no puede generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción. Esta es la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular, el cual tiene como corolario la protección que se despliega, con el uso de esa marca, en relación con las marcas de productos similares.

Por ello, entre menos 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 o confusión 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, por ende, no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

Bajo tal entendimiento, el artículo 8 incisos a) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, en concordancia con el artículo 24 del Reglamento, son claros al negar la admisibilidad de una marca, cuando esta sea susceptible de causar riesgo de confusión o riesgo de asociación, respectivamente *al público consumidor, a otros comerciantes*, el que puede producirse no solo por la similitud o semejanza entre los signos, sino también por la naturaleza de los productos o servicios que identifican y la actividad mercantil que de esta se pretende, debiendo imperar la irregistrabilidad en aquellos casos en que las denominaciones propuestas se pretendan para los mismos productos o servicios, o bien se encuentren relacionadas o asociadas.

En este sentido, para que prospere el registro de un signo distintivo, este 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.



Por ende, el operador del Derecho al realizar el cotejo marcario debe colocarse en el lugar del consumidor, 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 las denominaciones, 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.

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.

Así las cosas, queda claro entonces que la solicitud presentada por la empresa **GLORIA S.A.**, de la marca de fábrica y comercio **“SoyVida (Diseño)”**, a diferencia de lo que estima el recurrente, contienen una evidente similitud con los signos inscritos **“VIDA, VIDA LA FLORIDA, NUTRIVIDA, MIVIDA, TUVIDA, VIDAMIA”** (v.f 81 al 89) propiedad de la compañía **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, que pueden inducir al consumidor a encontrarse en una situación de riesgo de confusión visual, auditivo e ideológico.

En este sentido, a la luz de lo que establece el artículo 24 del Reglamento a la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, tenemos que entre las marcas contrapuestas **“SoyVida (Diseño)”** y **“VIDA, VIDA LA FLORIDA, NUTRIVIDA, MIVIDA, TUVIDA, VIDAMIA”**, a **nivel gramatical** los signos comparten en su conformación la palabra **“VIDA”** lo cual no le proporciona a la denominación propuesta el elemento distintivo necesario para poder coexistir registralmente. Dado que el consumidor al ver los signos en el mercado podría considerar que se trata de productos del mismo origen empresarial que se encuentra inscrito, pero bajo una nueva presentación, lo cual inminentemente lesionaría los derechos del titular de la marca inscrita.



Por otra parte, al contener las denominaciones dicha identidad dentro de su estructura gráfica, sea, el término “**VIDA**” trae como consecuencia que a la hora de pronunciarlos y escucharlos se perciban de manera similar, por lo que el riesgo de confusión a **nivel fonético**, es inminente, y el consumidor los relacionará como si fuese del mismo origen empresarial. Máxime, que los productos que se pretenden comercializar se encuentran relacionados dentro de la misma actividad comercial.

Respecto a su connotación **ideológica** es importante señalar que al utilizar los signos cotejados en común la palabra VIDA, esto los relacionará con una misma idea o connotación, tal y como de esa manera se analizó en la resolución venida en alzada el Registro de instancia, (v.f 56) dentro del cual se detalló: “[...] *vida. (Del lat. Vita). 1.f Fuerza o actividad interna sustancial, mediante la que obra el ser que posee. [...]*”, que relacionado con los productos transmiten una misma idea al consumidor. Asimismo, no podríamos obviar que la marca inscrita propiedad de PRODUCTORA LA FLORIDA S.A., data del año de 1991 por lo que ello implica que el consumidor medio ya maneja un grado de conocimiento con respecto a los productos que dicha empresa comercializa, lo que constituye un elemento más para que el consumidor confunda los productos que se pretenden comercializar. Máxime, que lo que se pretende comercializar es un producto idéntico como relacionado con este y en razón de ello no podría concederse su protección registral. (v.f 83 al 89)

Por otra parte, debemos recordar que si los signos son totalmente diferentes, no se incluyen dentro del cotejo los productos o servicios, porque basta que no se confundan entre sí y que el consumidor al verlos no los relacione. El problema surge si existe algún tipo de similitud entre esos signos. Para estos casos se debe aplicar el principio de especialidad que indica el artículo 89 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, en el sentido de que los servicios o productos deben ser totalmente diferentes y esto incluye, que ni siquiera se puedan relacionar.



Resumiendo, pueden existir en el mercado signos inscritos iguales o similares, pero protegiendo productos o servicios disímiles, situación que como se ha venido analizando no le es de aplicación al caso bajo examen, en virtud de que tal y como se desprende los signos inscritos, “**VIDA LA FLORIDA**”, registro N° **226168**, proteger: “*Alimento para niños*” (v.f 121, 122), “**NUTRIVIDA**”, registro N° **230654**, para: “*Alimento para niños.*”, “**MIVIDA**”, registro N° **228327**, para: “*Alimentos para niños (contemplados dentro de esta clase); cereales y panes.*”, “**TUVIDA**”, registro N° **228272**, para: “*Alimentos para bebé.*” (v.f 127, 128), “**VIDAMIA**”, registro N° **228281**, para: “*Alimentos para niños contemplados dentro de esta clase; cereales y panes.*” (v.f 129, 130) con relación al signo propuesto “**Soy Vida (diseño)**” para proteger; “*Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; arroz; tapioca y sagú; harina y preparaciones de base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.*” Tal y como se desprende, el signo solicitado pretende la protección y comercialización del mismo tipo de producto, como relacionados bajo una denominación similar, lo cual trae como consecuencia que el signo propuesto no tenga la actitud de distintividad necesaria con relación a las marcas inscritas, máxime, que la actividad mercantil se ejercerá en los mismos tipos de establecimientos y anaqueles, por lo cual el consumidor va asociar las marcas como si fuesen del mismo origen empresarial, situación que lesionaría evidentemente los derechos del titular de los registros inscritos.

Por las razones antes indicadas, este Tribunal concluye que efectivamente tal y como ha sido sostenido por el Registro de la Propiedad Industrial, existe similitud gráfica, fonética e ideológica, entre los signos cotejados, por ende, riesgo de confusión y asociación empresarial con respecto a los signos marcarios inscritos propiedad de la empresa **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, razón por la cual no puede otorgarse protección registral y en consecuencia procede su denegatoria.

**QUINTO. EN CUANTO A LOS AGRAVIOS.** Indica el representante de la empresa **GLORIA S.A.**, que su representada es una compañía de gran prestigio tanto en su país de



origen, como en Latinoamérica y Europa. Al respecto, cabe destacar por parte de este Tribunal, que el prestigio que ostente o no su representada, es una situación que no influye en el trámite de calificación registral. Lo anterior, en virtud de que previo a su registración el calificador jurídico, debe corroborar que la solicitud cumpla con los requisitos de forma que exige el artículo 9 del citado cuerpo normativo, como además, que no exista ningún motivo intrínseco o extrínseco que impida la inscripción del signo solicitado como marca, según los supuestos tipificados en los artículos 7 y 8 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, por lo que de advertirse cualquier inconsistencia, este deberá proceder con el rechazo de la solicitud, tal y como de esa manera operó en el caso bajo examen. Razón por la cual sus manifestaciones no son acogidas.

Por otra parte, señala que si la compañía opositora **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, tiene registradas varias marcas con la terminología **VIDA** no es motivo para apropiarse de ella. En este sentido, es de merito indicar que no lleva razón la parte en sus manifestaciones, en virtud de que la palabra “**VIDA**” si pueda ser utilizada por cualquier comerciante, siempre y cuando el signo contengan el carácter distintivo necesario para su registración y no se afecten los derechos de un registro inscrito. Ello quiere que los signos marcarios deben ser totalmente diferentes, o en su defecto que no se confundan entre sí y que el consumidor al verlos no los relacione.

Aunado a ello, es de merito recordar a la parte que de la resolución de alzada se desprende que el Registro de la Propiedad Industrial, acogió parcialmente la solicitud incoada por su representada para aquellos productos que no tienen relación directa con los productos, que comercializa la empresa **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, sea respecto de; *“Café, té, sucedáneos del café, arroz, tapioca y sagú, harinas, levaduras y polvos de hornear, confitería, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo.”*, siendo que estos difieren de los que tiene protegidos. En consecuencia sus manifestaciones no son acogidas, dado que todas luces se contradice el extremo señalado.



Lo anterior evidencia que el signo propuesto “**SOYVIDA**” si fue analizado bajo una visión en conjunto, determinándose, la existencia de similitud gráfica, fonética e ideológica, por ende, riesgo de confusión y asociación empresarial, con relación a la protección de los siguientes productos: “**Preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería**”, y en atención a ello procede a denegar lo peticionado, en virtud de que ello lesionaría los derechos adquiridos por la titular de los signos inscritos y en consecuencia transgrede el artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos

Ahora bien, respecto de los agravios expuestos por la empres **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, al indicar que la marca solicitada si es atributiva de cualidades y engañosa porque si le atribuye al producto la cualidad de ser *vida*; y además engañosa porque da a entender que este producto le da *vida*. En este sentido, es de merito recordar al oponente que la inadmisibilidad contemplada en el presente proceso fue determinada conforme al artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, sea, ante la existencia de un titular con un derecho preferente, en este sentido, con relación a su mandante. Razón por la cual sus manifestaciones en este sentido no son atinentes.

Respecto a lo indicado por la empresa **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, de que la palabra “**VIDA**” es parte de una familia de marcas propiedad de su representada, la cual señala se compone por más de 25 registros, y para efectos de demostrar su alegato incorpora el dato de la marca TROPICAL LIFE y NUTRIVIDA, las cuales expresa pueden ser consultadas en las páginas web, <http://www.florida.co.cr/wibsite/Produtora/index/24> y <http://www.nutrivida.co.cr/>.

Cabe indicar con respecto al citado extremo, que el hecho de que su representada tenga inscritos varios registros empleando la palabra “**VIDA**”, ello no obliga a la Administración registral a denegar el distintivo marcario solicitado, toda vez, que se debe tenerse presente el



principio de independencia de las marcas, en cuanto a que cada solicitud debe ser analizada respecto de su específico marco de calificación registral.

Al respecto el autor Otamendi<sup>1</sup> nos indica: ***“hay casos en que algún comerciante utiliza un elemento común en todas sus marcas, con la clara finalidad de que todas ellas sean asociadas entre sí y en un mismo origen. A este grupo de marcas se las denomina “familia de marcas”***. El concepto es ajeno a la Ley de Marcas ya que ésta protege a las marcas individualmente

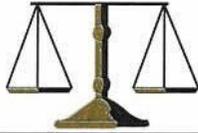
Ello implica que el operador jurídico debe examinar las formalidades intrínsecas y extrínsecas al acto pedido, de conformidad con la ley que rige la materia. De ahí, que el alegato sobre su familia de marcas e inscripciones, es independiente a la solicitud que se analiza en el presente caso.

No obstante, ha de considerarse que las marcas aquí analizadas son marcas débiles, que no posee la suficiente fuerza distintiva para impedir el registro de marcas con cierto grado de similitud, a diferencia de las marcas arbitrarias o de fantasía. Ahora bien, todo signo registrado como marca puede hacerse débil en el mercado de productos o servicios de que se trate. Al respecto, y a manera de ilustración el Tribunal de la Comunidad Andina ha sostenido que:

*“[...] Todo signo registrado como marca puede hacerse débil en el mercado de productos o servicios de que se trate. En efecto, si uno de los elementos que integran el signo es de carácter genérico o de uso común, o si evoca una cualidad del producto o servicio, el signo se hará débil frente a otros que también incluyan uno de tales elementos o cualidades. [...]”*. (Proceso 99-IP-2004, marca: **DIGITAL SMOKING**, publicado en la Gaceta Oficial N° 1134, de 11 de noviembre de 2004).

---

<sup>1</sup> Otamendi, Jorge, Derecho de Marcas, , Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 2002, 4.ed. Buenos Aires, p. 145.

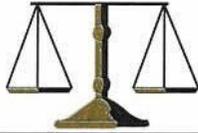


En efecto, si uno de los elementos que integran el signo es genérico, de uso común o necesario en el comercio, o si evoca una cualidad del producto o servicio, como es el caso de los términos inscritos con la frase empleada “**VIDA**” y que ahora nos ocupan, el signo se hará débil frente a otros que también incluyan tales elementos o cualidades, inapropiables en exclusiva.

En este sentido, el titular de una marca débil no puede impedir su inclusión en marcas de terceros, y fundar en esa sola circunstancia la existencia de confundibilidad o riesgo de asociación, ya que entonces se estaría otorgando al oponente, un privilegio inusitado sobre una raíz, palabra o frase de uso general o necesario en el comercio, lo cual evidentemente contraviene lo dispuesto en el artículo 24 inciso b) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos. Razón por la cual se rechazan sus manifestaciones en cuanto a que los registros inscritos por su mandante constituyan una familia de marcas.

Por otra parte, señala que el Registro de la Propiedad Industrial reconoce que existe similitud gráfica, fonética e ideológica entre los signos cotejados, siendo fundamental el aspecto ideológico, tal y como de esa manera lo determinó el Registro, y en consecuencia hay confusión entre los signos y sobre todo porque se trata de la misma clase 30 de la Nomenclatura internacional. Al respecto, es importante indicar que efectivamente el Registro de instancia, una vez realizado el cotejo de los signos, como de los aspectos relacionados con el principio de especialidad marcario que establece nuestra legislación determinó la existencia de dichos elementos. Sin embargo, ello fue únicamente con relación a los productos que tenían afinidad con los que los que protege y comercializa su representada, sea, **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, y con relación a: “*Preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería*”, aplicando para dichos efectos la inadmisibilidad contemplada en el artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos. Razón por la cual sus consideraciones no son acogidas.

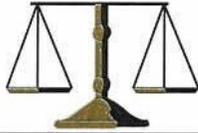
Añade, que su representada discrepa del criterio del Registro al considerar que no existe riesgo



de confusión con relación a los productos; “Café, té, sucedáneos del café, arroz, tapioca y sagú, confitería, harinas levaduras y polvos de hornear, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo.” Dado que el consumidor podría considerar que los productos identificados con el distintivo SOY VIDA, son parte de la línea de productos de su representada o avalada por ella. Reiteramos, del estudio realizado se determina la aptitud del signo propuesto “**SoyVida (Diseño)**” presentada por la empresa GLORIA S.A., es en virtud de que los productos que se pretenden proteger y comercializar no tienen relación directa con los que comercializa la empresa PRODUCTORA LA FLORIDA S.A., por ende, no podría denegarse su inscripción dada la inexistencia o posibilidad de causar al consumidor riesgo de confusión o asociación empresarial. Máxime, que los productos se expenderían en diferentes sectores u anaques de los establecimientos comerciales.

Por las razones antes indicadas, este Tribunal concluye que efectivamente tal y como ha sido sostenido por el Registro de la Propiedad Industrial, el permitir la coexistencia registral del signo solicitado generaría riesgo de confusión u asociación con respecto al signos marcario inscrito propiedad de **PRODUCTORA LA FLORIDA S.A.**, razón por la cual lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación planteado, y denegar la solicitud de inscripción de la marca de fábrica “**SoyVida (Diseño)**”, presentada por **GLORIA S.A.**, en razón de ello se confirma la resolución venida en alza en todos sus extremos.

**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, Ley No. 8039 y 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa, en cuanto al objeto de apelación.



***POR TANTO***

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, se declara *SIN LUGAR* el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Mark Beckford Douglas**, apoderado especial de la empresa **GLORIA S.A.**, en contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las ocho horas, cuarenta y tres minutos con veintidós segundos del veintitrés de octubre de dos mil catorce, la cual se confirma, para que se rechace la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio “**SoyVida (Diseño)**”, en **clase 30** internacional. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, se da por agotada la vía administrativa, 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*

*Kattya Mora Cordero*

*Guadalupe Ortiz Mora*