



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente No. 2010-0352-TRA-PI

Oposición a inscripción de la marca de fábrica y de comercio “BONTEX”

BONTEX INC., apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen N° 11200-06)

Marcas y Otros Signos

VOTO N° 530-2011

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Sn José, Costa Rica, a las diez horas con treinta minutos del tres de octubre de dos mil once.

Conoce este Tribunal de los recursos de apelación interpuestos por el Licenciado **Luis Carlos Gómez Robleto**, mayor, soltero, abogado, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número uno-seiscientos noventa y cuatro-doscientos cincuenta y tres, en su condición de apoderado especial de **BONTEX INC**, y por el señor **Marcos Dueñas Leiva**, mayor, casado una vez, empresario, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número tres-ciento uno cuatro mil trescientos ochenta y tres, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de **INTACO COSTA RICA S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las .ocho horas, cuarenta y dos minutos, nueve segundos del veinticinco de noviembre de dos mil nueve.

RESULTANDO

PRIMERO: Que mediante memorial presentado el primero de diciembre de dos mil seis, suscrito por el Licenciado **Luis Carlos Gómez Robleto**, de calidades y condición dicha al inicio, solicita la inscripción de la marca de fábrica y comercio “**BONTEX**” en clase 19 de la



Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir “fieltro para la construcción, materiales para la construcción de escritorios (materiales hechos a base de maderas semielaboradas o maderas contrachapadas) y contratapas.

SEGUNDO: Que los edictos para oír oposiciones fueron publicados los días diez, once y doce de diciembre de dos mil ocho, en el Diario Oficial La Gaceta números doscientos treinta y nueve, doscientos cuarenta y doscientos cuarenta y uno y dentro del término de ley, mediante memorial presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el diez de febrero de dos mil nueve, suscrito por el señor **Marcos Dueñas Leiva**, mayor, casado una vez, empresario, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número tres-ciento uno-cuatro mil trescientos ochenta y tres, en su condición de apoderado generalísimo de **INTACO COSTA RICA S.A.**, presenta oposición a la inscripción de la marca dicha.

TERCERO. Que el Registro de la Propiedad Industrial, mediante la resolución dictada a las ocho horas, cuarenta y dos minutos, nueve segundos del veinticinco de noviembre de dos mil nueve, resuelve declarar con lugar la oposición presentada por **INTACO COSTA RICA S.A.** contra la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio “**BONTEX**”, y deniega la inscripción de la marca “**BONTEX**”, así como deniega la solicitud de declaratoria de marca notoria al signo “**BONDEX**”, inscrito bajo el registro 149728, a favor de la empresa oponente. .

CUARTO. Que en fecha dieciocho de diciembre de dos mil nueve, la representación de la sociedad solicitante presentó recurso de revocatoria y apelación contra la resolución final indicada, siendo, que el Registro de la Propiedad Industrial mediante resolución dictada a las once horas, treinta y tres minutos, treinta y tres segundos del quince de febrero de dos mil diez, declaró sin lugar el recurso de revocatoria y admitió el recurso de apelación, circunstancia por la cual conoce este Tribunal.



QUINTO. Que en fecha veinticinco de enero de dos mil diez, la representación de la sociedad opositora presentó recurso de apelación contra la resolución final mencionada, siendo, que el Registro de la Propiedad Industrial mediante resolución dictada a las once horas, treinta y ocho minutos, treinta segundos del quince de febrero de dos mil diez, admitió el recurso de apelación, circunstancia por la cual conoce este Tribunal.

SEXTO. 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, o a la validez 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 de julio del 2011.

Redacta el Jueza Ortiz Mora, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista con tal carácter el siguiente:

1) Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrita, bajo el registro número 149728 la marca de fábrica “**BONDEX**”, a nombre de INTACO COSTA RICA, S.A., cédula de persona jurídica número 3-101-004383, domiciliada en San José, Barrio La California, calles 23 y 25, avenida segunda, Costa Rica, en clase 19 Internacional, para proteger un producto de pegamento para pegar azulejo y cerámica, (Ver folio 87 y 88).

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos que, con tal carácter, puedan tener influencia para la resolución de este asunto.



TERCERO. ACERCA DE LA RESOLUCIÓN APELADA Y LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR LA PARTE APELANTE. El Registro de la Propiedad Industrial, declara con lugar la oposición planteada por la empresa opositora, y deniega la inscripción de la marca “**BONTEX**”, denegando asimismo la solicitud de declaratoria de marca notoria al signo “**BONDEX**”, inscrito bajo el registro 149728, a favor de la empresa oponente, por considerar, que entre las marcas indicadas existe similitud gráfica, fonética e ideológica, lo que puede llevar a confusión a los consumidores, ya que pueden pensar, que los productos de una y otra marca tienen un mismo origen empresarial, y porque la marca de la sociedad opositora no es notoria, ya que la misma carece de requisitos necesarios para acoplarse a los presupuestos del artículo 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Por su parte, la representación de la sociedad solicitante y apelante “**BONTEX INC**”, alega en su escrito de apelación, que el Registro de marcas tiene la obligación de velar por los intereses de quienes tienen marcas inscritas en Costa Rica y alrededor del mundo, y aceptar como válido el hecho de que la marca **BONTEX** en clase 19 contó en Costa Rica con una inscripción previa a la de la empresa opositora y que fue por un atraso que se venció sin ser renovada a tiempo, lo cual no es óbice para afirmar que la misma se encuentra inscrita y vigente en otros países. La marca **BONTEX** en clase 19 solicitada se encuentra en uso en nuestro país y en otros países lo cual demuestra y configura su **USO, ANTIGÜEDAD, FAMA** y evidente **NOTORIEDAD**. Para su representada es fundamental que se declare sin lugar la oposición presentada por cuanto aunque ambas marcas, la solicitada y antes inscrita en Costa Rica (y aún vigente en otras partes del mundo) “**BONTEX**”, y la recientemente inscrita en Costa Rica “**BONDEX**”, protejan una misma clase, los productos no son los mismos y son susceptibles de ser confundibles entre sí. Que el origen de ambas marcas es también del todo inconfundibles, cada una caracteriza a su casa creadora, cada uno en su área, no generan confusión en el mercado.

La representación de la sociedad opositora y apelante **INTACO COSTA RICA S.A.**, en su



escrito de apelación no debatió lo resuelto por el Registro en la resolución impugnada, sin embargo, como consecuencia de la audiencia otorgada por este Tribunal mediante resolución de las diez horas, cuarenta y cinco minutos del veinte de mayo de dos mil diez, expresó agravios, alegando, que el Registro no reconoce que la marca de su representada BONDEX es notoria y no la tutela como tal, por lo que solicita al Tribunal evaluar nuevamente la prueba de notoriedad presentada de la marca BONDEX, más todo el material publicitario que adicionalmente aporta a fin de lograr que la misma sea reconocida como notoria y por ende tutelada acorde.

CUARTO. SOBRE LA PROTECCIÓN DE LAS MARCAS NOTORIAMENTE CONOCIDAS. Sobre la concurrencia de la notoriedad de las marcas, es importante destacar en primer lugar, lo que la doctrina ha señalado al respecto:

“...para que haya notoriedad la marca debe ser conocida por la mayor parte del público, sea consumidor o no del producto. Incluso entre los que no son consumidores o eventuales o potenciales consumidores, pero también a aquellos que no lo son. La marca notoria es conocida por casi la totalidad del público. Trasciende la rama comercial o industrial en la que se encuentra. Este conocimiento no basta, hace falta un segundo requisito, que la marca sea identificada con un producto o servicio determinado. Su sola mención debe provocar esa inmediata asociación” (OTAMENDI, Jorge. Derecho de Marcas, Tercera Edición, Abeledo-Perrot, p. 393),

La obligatoriedad de proteger a las marcas notorias, tiene su fundamento basado en el compromiso que adquirió Costa Rica al aprobar su incorporación a la Unión del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, mediante la Ley No 7484 y a la Organización Mundial del Comercio, de donde deviene la ratificación del Acuerdo Sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio (ADPIC), por Ley No. 7475, mediante el cual nuestro país se comprometió a proteger a las marcas



notoriamente reconocidas, y es a raíz de este compromiso, que se incorpora a la Ley No 7978 de 06 de enero del 2000, “Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”, en el artículo 8 inciso e) citado líneas atrás.

De la norma transcrita, y de la que a continuación se indicará, se infiere claramente, la legitimación que le asiste a cualquier titular de una marca notoria, para oponerse a la inscripción de otros signos distintivos, conforme lo previsto en el artículo 16 de la misma Ley, siempre que se estime puedan suscitarse los efectos perjudiciales previstos por la legislación. En ese sentido el artículo 44 de la misma ley de cita, establece al igual que el anterior la protección de las marcas notorias al decir:

“ (...) La presente Ley le reconoce al titular de una marca notoriamente conocida, tal como se define este concepto en la recomendación conjunta No. 833, de setiembre de 1999, de la OMPI y la Asamblea de la Unión de París, el derecho de evitar el aprovechamiento indebido de la notoriedad de la marca, la disminución de su fuerza distintiva o su valor, comercial o publicitario, por parte de terceros que carezcan de derecho. De oficio o a instancia del interesado, el Registro de la Propiedad Industrial podrá rechazar o cancelar el registro y prohibir el uso de una marca de fábrica o de comercio, o bien de una marca de servicio que constituya la reproducción, imitación o traducción de una marca notoriamente conocida, registrada o no, y utilizada para bienes idénticos o similares, la cual sea susceptible de crear confusión.

El Registro de la Propiedad Industrial no registrará como marca los signos iguales o semejantes a una marca notoriamente conocida, registrada o no, para aplicarla a cualquier bien o servicio, cuando el uso de la marca por parte del solicitante del registro, pueda crear confusión o riesgo de asociación con los bienes o servicios de la persona que emplea esa marca, constituya un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o sugiera una conexión con ella, y su uso pueda lesionar los intereses de esa persona”.



Habiéndose establecido con claridad, los fundamentos legales que dan protección a la marca notoria y el desarrollo que han tenido sus principios reguladores, de seguido, conviene establecer los criterios que se deben apreciar a efecto de determinar el reconocimiento de la notoriedad. Al respecto, el artículo 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, establece en forma enunciativa, lo siguiente:

“Artículo 45.-Criterios para reconocer la notoriedad. Para determinar si una marca es notoriamente conocida se tendrán en cuenta, entre otros, los siguientes criterios:

- a) La extensión de su conocimiento por el sector pertinente del público, como signo distintivo de los productos o servicios para los que fue acordada.*
- b) La intensidad y el ámbito de difusión y publicidad o promoción de la marca.*
- c) La antigüedad de la marca y su uso constante.*
- d) El análisis de producción y mercadeo de los productos que la marca distingue”,*

Es conveniente, que los factores apuntados resultan en la actualidad ampliados por los contenidos en la Recomendación Conjunta relativa a las Disposiciones Sobre la Protección de las Marcas Notoriamente Conocidas, aprobada por la Asamblea de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial y la Asamblea General de la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI) en las trigésima cuarta serie de reuniones de las Asambleas de los Estados miembros de la OMPI del 20 al 29 de setiembre de 1999, No. 833, introducida al marco jurídico nacional, según la reforma al artículo 44 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos que, entre otras, incluyó la Ley N° 8632 que entró en vigencia en fecha veinticinco de abril de dos mil ocho (en adelante la Recomendación). A los factores ya citados, para lograr identificar la notoriedad de una marca, recogidos en el artículo 2 1) b) puntos 1, 2, y 3 de la Recomendación, se agregan los siguientes que conforman los incisos 4, 5 y 6 de dicho documento:

“4. la duración y el alcance geográfico de cualquier registro, y/o cualquier solicitud de registro, de la marca, en la medida en que reflejen la utilización o el reconocimiento de la



marca;

5. la constancia del ejercicio satisfactorio de los derechos sobre la marca, en particular, la medida en que la marca haya sido reconocida como notoriamente conocida por las autoridades competentes”

En consecuencia, de oficio o a instancia de parte interesada, el Registro de la Propiedad Industrial deberá rechazar o cancelar el registro y prohibir el uso de una marca que constituya la reproducción, imitación o traducción de una marca notoriamente conocida y utilizada para bienes idénticos o similares, la cual sea susceptible de crear confusión. Igualmente, el Registro de Propiedad Industrial no registrará como marca los signos iguales o semejantes a una marca notoriamente conocida registrada o no, para aplicarla a cualquier bien o servicio, cuando el uso de la marca por parte del solicitante del registro, pueda crear confusión o riesgo de asociación con los bienes o servicios de la persona que emplea esa marca, al constituirse un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o al sugerir una conexión con ella. Bajo esta tesitura, en el voto No. 246-2008, de las 11:45 horas del 5 de junio de 2008, este Tribunal dispuso, en lo que interesa, lo siguiente:

“...La marca notoria es una clasificación especial cuya categoría debe ser asignada por la autoridad respectiva al reunir los requisitos y condiciones de su difusión, la notoriedad de una marca no puede ser simple concesión ni un calificativo que sea atributivo por el hecho de que sea conocida dentro de un determinado grupo de consumidores. Tampoco se atenderá la sola manifestación del opositor al registro de una marca, de que la suya es una marca notoria, pues ello, quiere decir, que no basta señalar la supuesta notoriedad de un signo marcario, sino que se debe probar.

Esto quiere decir, que la calificación de una marca notoria tiene como antecedente o proviene del mayor o menor conocimiento que pueda tener el público consumidor respecto de un signo marcario, y que si bien en la mayoría de los casos habrá de depender de su difusión a través de una campaña de publicidad, no implica esencialmente un problema de magnitud, pues se puede haber producido por un solo esfuerzo en un acontecimiento de difusión masiva...”



QUINTO. SOBRE LA ALEGADA NOTORIEDAD DE LA MARCA DE LA SOCIEDAD OPOSITORA Y APELANTE. GENERICIDAD DE LA MARCA REGISTRADA. En el presente asunto, la parte oponente y apelante alegó en su escrito de expresión de agravios la notoriedad de su marca como medio para su defensa, aportando documentación para probar su dicho. Sin embargo, no puede este Tribunal acoger tales argumentos. Esta característica se determina como se indicó líneas atrás conforme lo establece el artículo 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, siendo uno de ellos el grado de conocimiento que de ella se tenga en el sector pertinente del consumidor del bien o servicio de que se trate, para lograr que ese grado sea lo suficientemente alto como para poder considerar que la marca es notoria- El titular o interesado habrá de dirigir una serie de esfuerzos en tal sentido, que han de impactar en ese sector consumidor de forma tal que se derive la notoriedad deseada. Por ello la prueba a de tener un alcance objetivo como subjetivo: no solamente centrará en las actividades comerciales llevadas a cabo por el empresario (ámbito objetivo), porque de ellas no se puede derivar a ciencia una cuantificación del impacto que se ha tenido en el sector pertinente de consumidores (ámbito subjetivo).

De la prueba que consta en el expediente, visible al folio 87 del expediente (certificación de la marca inscrita “**BONDEX**”), se constata que ésta se encuentra inscrita en Costa Rica bajo el registro número 149.728 desde el 9 de setiembre de 2004, vigente hasta el 9 de setiembre de 2014, en clase 19 de la Clasificación Internacional de Niza, protegiendo un producto de pegamento para pegar azulejos y cerámica, hecho que evidencia un derecho exclusivo de la sociedad **INTACO COSTA RICA S.A.**, respecto de la marca pretendida “**BONTEX**”. Por otra parte, de la prueba que consta en el expediente, lo que se puede comprobar es el uso del término bondex de una forma genérica, unida a la marca INTACO que sería la que viene a identificar el origen empresarial del producto. En los catálogos aportados y en donde se ven fotos de éste, se enumera el producto bondex. De acuerdo con lo anterior, cabe destacar, que desde el año dos mil seis la Sección Primera del Tribunal Contencioso Administrativo, en sentencia N° 219-2006 dictada a las diez horas con treinta y cinco minutos del diecisiete de



mayo de ese año, indicó en un caso similar al de marras, “...se debe concluir que la expresión “PLASTERBON” si es de tipo genérico para referirse a un adhesivo para reparar paredes usado en construcción...”. En ese sentido “**BONDEX**” es una marca genérica, ya que es la forma en que se denomina comúnmente a un producto que se utiliza como adhesivo para pegar azulejos y cerámica. La denominación referida designa el género del producto que distingue, ya que el bondex es conocido por el público consumidor como un producto que se utiliza en la construcción para pegar.

SEXTO. En relación a la notoriedad de la marca pretendida “**BONTEX**” argumentada por la representación de la sociedad recurrente, aspecto que se fundamenta en el hecho, que la marca que se intenta inscribir fue inscrita en Costa Rica y la misma se encuentra vigente en otras partes del mundo, no son suficientes para demostrar o considerar la notoriedad de la marca solicitada. De tal forma, que el hecho de que hubiese sido inscrita y que ésta se encuentra vigente en otros países, podría decirse que es un indicio y no un elemento suficiente para considerar que la marca “**BONTEX**” sea notoria y consecuentemente goce de esa condición, ya que no es un factor que establezca el conocimiento que de la marca debe tener el público del sector interesado, además, que demuestre el prestigio y reconocimiento del distintivo marcario y el producto entre el público consumidor. No basta solo manifestar que el signo es notorio, sino que debe probarse, siendo esa prueba lo que precisamente ha estado ausente en el expediente. Conforme se indicó supra la marca notoria es la que es conocida por un sector mayoritario o representativo del mercado relevante del producto o servicio de que se trate, en virtud de su uso intenso y constante, por consiguiente, la solicitante y recurrente debió haberse preocupado en hacer llegar a los autos pruebas que demostraran esa característica.

Respecto al alegato de uso anterior y antigüedad de la marca pedida, tenemos que el uso previo en un asunto que importa cuando el tema a resolver tiene que ver con la prelación al registro entre dos solicitudes, artículo 4 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, pero, al estar en un asunto de cotejo entre una marca ya registrada y una solicitud de registro, el



tema de primer uso pierde interés, ya que la marca debidamente registrada es un derecho oponible per se, sin necesidad de demostración de uso.

SÉTIMO. EN CUANTO AL RIESGO DE CONFUSIÓN. COTEJO DE LA MARCA SOLICITADA E INSCRITA. 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 los signos, impide o puede impedir, que el consumidor distinga 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.

Dicho lo anterior y analizado el expediente venido en alza, se advierte que lleva razón la representación de la sociedad opositora y apelante en defender la marca inscrita a nombre de su representada, ya que la solicitada “**BONTEX**” resulta muy similar en los aspectos gráfico, fonético e ideológico a “**BONDEX**”. Ante esta consideración, debe notarse que a nivel gráfico son casi idénticos pues la diferencia entre éstas se limita a una letra “T” por “D”, siendo además, su pronunciación casi idéntica “TEX” y “DEX”, siendo que desde un punto de vista meramente visual, no existe mayor diferencia entre una y otra para el consumidor.

Derivado de la semejanza recién destacada, desde un punto de vista *fonético o auditivo*, ambas marcas se pronuncian y escuchan de manera semejante, por lo que al no existir diferencia en cuanto a la vocalización; ya que ambas palabras suenan muy parecidas, el consumidor medio podría percibir que está en presencia de una misma marca y llegar a confundirse entre estas, es decir, topamos con una confusión auditiva, por cuanto los términos que conforman los signos cotejados tienen una fonética similar. Y desde un punto de vista *ideológico o conceptual*, ambos signos evocan una misma idea.

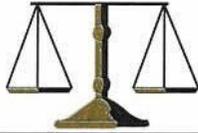
Por lo anterior, deviene necesario entonces prevenir lo que a todas luces provocaría que en el consumidor medio se produzca esa asociación de términos al momento de ejercer su derecho de consumo, pues ambas marcas protegen en general tal y como se desprende del resultando primero y del considerado primero de la presente resolución productos relacionados - *construcción*-, resultado de lo cual será inevitable que el público relacione los productos que pretende distinguir la marca que se aspira inscribir “**BONTEX**”, con los productos que protege la marca inscrita “**BONDEX**”, e incluso, creer que tiene un mismo origen empresarial..



Por último, dadas las consideraciones esbozadas por este Tribunal en la presente resolución, no resultan de recibo los alegatos presentados por la empresa solicitante y apelante **BONTEX INC**, en su escrito presentado ante esta Instancia el 15 de diciembre de 2009, al manifestar que la marca solicitada “**BONTEX**” y la inscrita “**BONDEX**”, “*no son susceptibles de ser confundibles entre sí*”, ello, en razón de lo indicado anteriormente. Por otra parte, tampoco es de recibo, lo señalado por dicha representación en cuanto a que la marca de su representada es notoria, toda vez, que la notoriedad alegada no fue solicitada en el momento procesal oportuno, circunstancia por la cual no fue ventilada en la resolución impugnada, siendo, que la apelación debe versar sobre los aspectos analizados en la resolución final.

De lo expuesto, considera este Tribunal, que entre los signos contrapuestos no existe una distinción suficiente, ello, en virtud de la semejanza gráfica, fonética e ideológica, que se da entre ambos signos, lo que podría provocar un riesgo de confusión en el consumidor medio, cuestión que se ve agravada porque el signo cuyo registro se solicita “BONTEX”, se destinaría a la protección de productos de la misma **Clase 19** de la Clasificación de Niza, a la que pertenece la marca inscrita de la empresa opositora **INTACO COSTA RICA S.A.**, “**BONDEX**”, encontrándose los mismos íntimamente relacionados, y permitir la inscripción de la marca solicitada quebrantaría no solamente lo establecido en el artículo **24 inciso e)** del Reglamento a la Ley de Marcas, sino también lo dispuesto en los artículos **8 inciso a)** y **25 párrafo primero y inciso e)** de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

OCTAVO. En virtud de las consideraciones, citas normativas y doctrina expuestas, lo procedente es declarar sin lugar los recursos de apelación interpuestos por el Licenciado **Luis Carlos Gómez Robleto**, en su condición de apoderado especial de **BONTEX INC**, y por el señor **Marcos Dueñas Leiva**, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de **INTACO COSTA RICA S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las ocho horas, cuarenta y dos minutos, nueve segundos del veinticinco de noviembre de dos mil nueve, la que en este acto se confirma.



NOVENO. 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 Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones, citas normativas y doctrina expuestas, se declara sin lugar los recursos de apelación interpuestos por el Licenciado **Luis Carlos Gómez Robleto**, en su condición de apoderado especial de **BONTEX INC**, y por el señor **Marcos Dueñas Leiva**, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de **INTACO COSTA RICA S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las ocho horas, cuarenta y dos minutos, nueve segundos del veinticinco de noviembre de dos mil nueve, la que en este acto se confirma. 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



DESCRIPTOR

Marcas inadmisibles por derechos de terceros

TG. Marcas Inadmisibles

TNR. 00.41.33

MARCA NOTORIAMENTE CONOCIDA

TG. Marcas Inadmisibles

TNR. 00.41.33