



RESOLUCION DEFINITIVA

Expediente No. 2010-0532-TRA-PI

Solicitud de inscripción de marca de fábrica “FREXUS” (05)

ARCH UK BIOCIDES LIMITED, apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de origen número 5882-05)

Marcas y otros signos distintivos

VOTO N° 542-2011

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.-San José, Costa Rica, a las catorce horas con cincuenta y cinco minutos del cuatro de octubre de dos mil once.

Conoce este Tribunal del recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, mayor, divorciado, abogado, domiciliado en Calle 19, Avenida 10, Casa N° 872, San José, titular de de la cédula de identidad número uno-trescientos treinta y cincosecientos noventa y cuatro, en su condición de apoderado especial de la sociedad **ARCH UK BIOCIDES LIMITED**, sociedad organizada y existente, bajo las leyes de Inglaterra y Gales, domiciliada en Weldon Road, Ccastleford, West Yorkshire WF10 2JT, Reino Unido, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, dieciocho minutos, cuarenta y nueve segundos del catorce de setiembre de dos mil seis.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el cinco de agosto de dos mil cinco, el Licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, en su condición de gestor oficioso de la sociedad **ARCH UK BIOCIDES LIMITED**, solicitó al Registro la



inscripción de la marca de fábrica “**FREXUS**” (**DISEÑO**)”, para proteger y distinguir en **clase 5** de la Clasificación Internacional de Niza, “*preparaciones sanitarias, desinfectantes, fungicidas, herbicidas, preparaciones para destruir las matas, hierbas y los animales dañinos, descontaminantes para alimentos, sustancias químicas para higienizar y desinfectar productos, alimentos, tratamientos anti-microbiales para alimentos, preparaciones para higienizar los alimentos, preparaciones higienizadoras para el lavado del café y de frutas cítricas, y la desinfección de carne de res muerta y de caza, higienizadores de huevos, y preparaciones para el control de enmohecimiento de las hojas*”.

SEGUNDO. Que el Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución dictada a las diez horas, dieciocho minutos, cuarenta y nueve segundos del catorce de setiembre de dos mil seis, dispuso, en lo conducente, lo siguiente: “*POR TANTO:/ Con base en las razones expuestas (...) SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada (...)*”.

TERCERO. Que inconforme con lo resuelto, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el veinte de octubre de dos mil nueve, el Licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, en representación de la sociedad **ARCH UK BIOCIDES LIMITED**, apeló la resolución referida, y una vez otorgada la audiencia de reglamento mediante resolución de las ocho horas, cuarenta y cinco minutos del veintiocho de julio de dos mil diez, expresó agravios.

CUARTO. 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 la Jueza 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 único con tal carácter, relevante para lo que debe ser resuelto, el siguiente: Que en el Registro de la Propiedad Industrial, se encuentra inscrita la marca de fábrica “**PLEXUS**”, bajo el registro número **103614**, en **clase 5** de la Clasificación Internacional de Niza, perteneciente a la sociedad **PRODUCTORA DE CAPSULAS DE GELATINA, S.A. (PROCAPS)**, vigente desde el 3 de setiembre de 1997 hasta 03 de setiembre de 2017, para proteger y distinguir productos farmacéuticos e higiénicos. (Ver folios 44 a 45).

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 RESOLUCION APELADA Y LOS AGRAVIOS DEL APELANTE. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial, rechaza la inscripción de la marca solicitada, por considerar en el considerando séptimo de la resolución impugnada, que:

*“(…) la marca **FREXUS** (...) corresponde a una marca inadmisibles por derechos de terceros, así se desprende de su análisis y cotejo, pues contiene más semejanzas que diferencias con respecto a la marca inscrita **PLEXUS**, número de registro 103614, lo cual podría causar confusión en los consumidores al no existir distintividad que permita identificarlas e individualizarlas, siendo inminente el riesgo de confusión en el consumidor al coexistir ambas marcas en el comercio, lo cual traduce como una violación al artículo octavo, literal a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos”.* (la negrita es del original).



Por su parte, la representación de la empresa recurrente, basó sus agravios, en que:

“(…) El Registro de marcas aplicó incorrectamente la ley de marca en este sentido, por cuanto el hecho de contener una misma clase, varios productos, no significa que deba rechazarse, per se una solicitud de marca, por considerarse que tiene algún grado de similitud con una marca inscrita, sino que el calificador debe sopesar las características propias de la marca y los productos que va a proteger. (...) Consideramos que no puede inducir a confusiones al público consumidor, ya que si observamos detenidamente el caso, la marca que estuvo inscrita “PLEXUS” es perfectamente distinguible a la marca “FREXUS”, puesto que la primera se identifica fácilmente de la segunda por su presentación gráfica y pronunciación (...) Tome también en cuenta el Alto Órgano Colegiado que la lista de productos que solicita mi representada es totalmente específica; en tanto que la marca “PLEXUS” es general y abierta, por lo que es más fácil para el consumidor identificar los productos de mi representada ya que tienen un fin específico (...)”.

CUARTO. EN CUANTO AL RIESGO DE CONFUSIÓN. Para que prospere el registro de un signo distintivo, debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que es cuando entre dos o más signos, se presentan similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos, sea de carácter visual, auditivo o ideológico. La confusión visual es causada por la identidad o similitud de los signos, sean éstos palabras, frases, dibujos, etiquetas o cualquier otro y esto por su simple observación, es decir, por la manera en que se percibe el signo. La confusión auditiva se da cuando la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta o no, y la confusión ideológica es la que se deriva del mismo o parecido contenido conceptual de los signos, o mejor aún, cuando las palabras comprendidas en los signos contrapuestos significan conceptualmente lo mismo; esta confusión surge cuando la representación o evocación a una misma o semejante cosa, característica o idea en tales signos, puede impedir, o impide, al consumidor, distinguir a uno de otro.

En términos generales, para determinar el riesgo de confusión entre dos signos, el operador de Derecho primero debe colocarse en el lugar del consumidor presunto, teniendo en mente



quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado en tales signos. Luego, debe atenderse 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 o servicio y por el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

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

QUINTO. ANÁLISIS Y COTEJO DE LAS MARCAS INSCRITAS Y SOLICITADA. En el presente caso, nos enfrentamos a un cotejo de signos distintivos, escenario que se plantea conforme los supuestos regulados en el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, y el artículo 24 incisos e) del Reglamento, Decreto Ejecutivo N° 30233-J de 20 de febrero de 2002, por lo cual se debe dilucidar si la coexistencia de dichos signos en el mercado son o no susceptibles de causar confusión en los terceros, y por otro lado, representan un riesgo para esos terceros, en el sentido de llegar a asociar la empresa titular del signo inscrito, con la empresa del signo solicitado.

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

“Artículo 8.- Marcas inadmisibles por derechos de terceros. Ningún signo podrá ser



registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, en los siguientes casos, entre otros:

a) Si el signo es idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor".

b) Si el uso del signo es susceptible de causar confusión, por ser idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios o productos o servicios diferentes, pero susceptibles de ser asociados con los distinguidos por la marca, la indicación geográfica o la denominación de origen anterior". (la negrita es del original, el subrayado es nuestro)

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

"(...) Tanto para la realización del examen de fondo como para la resolución de oposiciones, se tomará en cuenta, entre otras, las siguientes reglas:

a) Los signos en conflicto deben examinarse en base de la impresión gráfica, fonética y/o ideológica que producen en su conjunto, como si el examinador o el juzgador estuviese en la situación del consumidor normal del producto o servicio de que se trate.

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

c) Debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos;

d) Los signos deben examinarse en el modo y la forma en que normalmente se venden los productos, se prestan los servicios o se presentan al consumidor, tomando en cuenta canales de distribución, puestos de venta y tipo de consumidor a que van destinados;



*e) Para que exista posibilidad de confusión, **no es suficiente que los signos sean semejantes**, sino además que los productos o servicios que identifican sean de la misma naturaleza o que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre ellos. (...)* (la negrita y el subrayado no es del original)

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

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

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

MARCA INSCRITA	MARCA SOLICITADA
PLEXUS	FREXUS
PRODUCTOS QUE DISTINGUE Clase 5 de la Clasificación Internacional de Niza. <i>“productos farmacéuticos e higiénicos”</i>	PRODUCTOS QUE DISTINGUIRA Clase 5. <i>“preparaciones sanitarias, desinfectantes, fungicidas, herbicidas, preparaciones para destruir las matas, hierbas y los animales dañinos, descontaminantes para alimentos, sustancias químicas para higienizar</i>



	<i>y desinfectar productos, alimentos, tratamientos anti-microbiales para alimentos, preparaciones para higienizar los alimentos, preparaciones higienizadoras para el lavado del café y de frutas cítricas, y la desinfección de carne de res muerta y de caza, higienizadores de huevos, y preparaciones para el control de enmohecimiento de las hojas”</i>

...existe tal similitud que impida el registro solicitado, o si bien, si las diferencias entre ambas hacen que puedan coexistir registralmente.

Siguiendo los lineamientos dados por el artículo 24 del Reglamento citado, y partiendo del cuadro fáctico anterior, tenemos, que en el elemento denominativo de los signos enfrentados hay gran similitud. La marca inscrita “**PLEXUS**” es denominativo conformado por seis letras y el signo solicitado también es denominativo, compuesto por seis letras “**FREXUS**” como reduciéndose la diferencia a la raíz “**PLE**”, en la marca inscrita y a la raíz “**FRE**” en la marca, siendo, que la terminación en ambos signos es igual “**XUS**”, ocurriendo, que los consumidores y competidores al momento de adquirir los productos que identifican una y otras marcas no haría tal diferenciación, sucediendo, que desde un punto de vista gráfico o visual, salta a la vista que la marca inscrita y la solicitada, acaban siendo en términos ortográficos, sumamente



parecidas, por lo que desde un punto meramente visual, no existe mayor diferencia entre las marcas bajo estudio.

Derivado de la semejanza recién destacada, desde un punto de vista **fonético o auditivo** ambas marcas se pronuncian y escuchan de manera muy similar ya que derivan de una estructura gramatical muy parecida, es decir, topamos con una confusión auditiva sumamente parecida, por cuanto la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar debe notarse que la palabra “PLEXUS” (signo inscrito) y la palabra “FREXUS” (signo solicitado) suenan muy similar, no siendo suficiente la raíz “FRE” en el término solicitado para poder dotarle de suficiente diferencia fonética para distinguir los distintivos enfrentados. De ahí, que este Tribunal considera, que la representación de la sociedad apelante no lleva razón cuando señala que “(...) Consideramos que no se puede inducir a confusiones al público consumidor, ya que si observamos detenidamente el caso, la marca que estuvo inscrita “PLEXUS” es perfectamente distinguible a la marca “FREXUS”, puesto que la primera se identifica fácilmente de la segunda por su presentación gráfica y pronunciación”.

Y desde un punto de vista **ideológico**, las denominaciones de los signos cotejados, carecen de un significado conceptual, siendo, que entre éstas no habría posibilidad de hallar alguna suerte de confusión o, como corresponde en este ámbito, alguna semejanza o identidad.

Conforme lo anterior, cabe destacar, que la similitud gráfica y fonética encontradas entre el signo solicitado y los inscritos corresponde precisamente a la ausencia de una condición, que según el tratadista Jorge Otamendi, es esencial para la registrabilidad de un signo y éste es, que:

“(...) el signo sea inconfundible con marcas registradas o solicitadas con anterioridad, Es lo que se denomina como especialidad, que la marca sea especial con respecto a otras marcas. (...) Autores como Braun, Van Bunnen y Saint Gal llaman a



la especialidad, disponibilidad. El signo será registrable si está disponible, es decir, si no ha sido ya adoptado por otro". (OTAMENDI, Jorge, Derecho de Marcas, Editorial Buenos Aires, Argentina, Tercera Edición, p. 109).

De acuerdo con la cita señalada, tenemos, que por la aplicación del Principio de Especialidad se puede solicitar el Registro de un signo semejante o igual a una marca inscrita, siempre que lo sea para clases distintas de productos o para la misma clase pero para productos que no sean similares o se relacionen, no se presten a crear confusión al público consumidor y a los competidores, confusión que a criterio de este Tribunal ocurre en el presente asunto. Empero, sí con la eventual inscripción del signo puede surgir un **riesgo de confusión**, en tal caso la protección que se confiere a la marca registrada traspasa los límites de la clase donde se registró, y su titular puede oponerse o impugnar el registro del signo que causa-o puede causar- confusión. Bajo esta tesisura, hay que señalar que el **riesgo de confusión** presenta distintos grados, que van desde la similitud o relación entre dos o más signos, similitud que ocurre en el caso que nos ocupa, situación que nos lleva a verificar ya no la cercanía sensorial y mental entre los signos, sino el alcance de la cobertura del registro del signo inscrito, esto, es la naturaleza de los productos que identifican las marcas en conflicto, debiendo imperar la irregistrabilidad en aquellos casos en que los signos propuestos se pretendan para los mismos productos o servicios, o bien relacionados o asociados a aquellos tal como se prevén los artículos 8, incisos a) y b) de la Ley de Marcas y en el 24 inciso e) de su Reglamento, citados anteriormente.

SIXTO. Hecho el ejercicio anterior y aplicadas las reglas del cotejo de uno y otro signo conforme al ordinal 24 del Reglamento de la Ley de Marcas, indiscutiblemente nos lleva a establecer una similitud existente entre los signos enfrentados desde un punto de vista gráfico y fonético, por tal circunstancia, este Tribunal arriba a la conclusión de que, efectivamente, tal como fue sostenido en la resolución venida en alzada, entre las marcas contrapuestas existen más semejanzas que diferencias, no existe una distinción suficiente que permita la



coexistencia registral, por cuanto su semejanza podría provocar un riesgo de confusión en el consumidor medio, con el agravante que los productos que pretende proteger y distinguir la marca solicitada “**FREXUS**”, en **clase 5** de la Clasificación Internacional de Niza, a saber, “preparaciones sanitarias, desinfectantes, fungicidas, herbicidas, preparaciones para destruir las matas, hierbas y los animales dañinos, descontaminantes para alimentos, higienizadores de alimentos, desinfectantes de alimentos, sustancias químicas para higienizar y desinfectar productos, alimentos, tratamientos anti-microbiales para alimentos, preparaciones para higienizar los alimentos, preparaciones higienizadoras para el lavado del café y de frutas cítricas, y la desinfección de carne de res muerta y de caza, higienizadores de huevos, y preparaciones para el control de enmohecimiento de las hojas”, algunos de esos productos resultan similares con uno de los productos que distingue en **clase 5** de la Clasificación mencionada la marca inscrita “**PLEXUS**”, en **clases 5** de la Clasificación Internacional de Niza, a saber, por su orden: “*productos farmacéuticos e higiénicos*, vemos así, que los productos subrayados del signo solicitado son similares al producto subrayado de la marca inscrita. De tal forma que considera este Tribunal, que la representación de la sociedad apelante no lleva razón cuando manifiesta que “*(...) la lista de productos que solicita mi representada es totalmente específica (...)*”, pues alguno de los productos de la marca inscrita están contemplados en la marca solicitada.

Partiendo de lo antes expuesto, tenemos, que los productos de una y otra marca compartirían iguales canales de distribución y puestos de venta y tendrían un mismo tipo de consumidor o destinatario, lo que también podría provocar, que el consumidor estime que los productos comercializados con una y otra marca tengan un origen empresarial común, o sea, que por la similitud que puedan tener las marcas, le lleve a asumir a ese consumidor que tienen el mismo productos o comercializador, por lo que existe una alta probabilidad de que los signos sean confundidos.

Respecto a la similitud analizada, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el



Proceso número 38-IP-2004, Quito, 19 de mayo del 2004, dijo:

“La prohibición no exige que el signo genere efectivamente error en los consumidores o usuarios, puesto que basta la sola existencia del riesgo de confusión, el que se presenta cuando el consumidor o usuario medio, no distingue en el mercado el origen empresarial del producto o servicio identificado por un signo, de modo que pudiera atribuir, en forma equivocada a dos productos o servicios que se le ofrecen un origen empresarial común. Para determinar la existencia del riesgo de confusión será necesario verificar si existe identidad o semejanza entre los signos en disputa, tanto entre sí como en relación con los productos o servicios distinguidos por ello.”

En razón de lo expuesto, cabe indicar, que el artículo 1° de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, niega la protección de signos idénticos o similares a otros registrados con anterioridad, cuando exista probabilidad de riesgo de confusión, por cuanto el fin primordial de nuestra legislación marcaría es: *“...proteger efectivamente, los derechos e intereses legítimos de los titulares de marcas y otros signos distintivos, así como los efectos reflejos de los actos de competencia desleal que puedan causarse a los derechos e intereses legítimos de los consumidores”*, por lo que resulta claro que no es dable la registración de un signo que genere algún riesgo de confusión en el público consumidor, tal prohibición, se establece en principio en protección del público consumidor. En este sentido, la doctrina señala que *“Al protegerse un signo registrado, se tutela al consumidor frente a la posibilidad de que éste se confunda respecto del origen mediato de los productos o servicios que consume. De este modo, si no existe dicho riesgo de confusión mediato sobre el origen empresarial, no existe un riesgo de asociación y pueden convivir las marcas en conflicto.”* **(LOBATO (Manuel) Comentario a la Ley 17/2001 de Marcas, Civitas Editores, España, página 288)**



SÉTIMO. De conformidad con el artículo 8 inciso a) y b) de la Ley de Marcas, en relación con el 24 inciso e) de su Reglamento 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; lográndose con ello evitar por un lado, que se lesionen los derechos de un empresario titular de una marca idéntica o similar anteriormente registrada y por el otro, proteger al público consumidor de confusiones o eventuales engaños. Ese derecho exclusivo del titular de una marca registrada conforme al artículo 25 párrafo primero de la Ley de Marcas le faculta para impedir que terceros utilicen su marca idéntica o una marca similar, susceptible de crear confusión en productos similares o relacionados. Por ello, entre menos aptitud distintiva posea un signo, mayor será la probabilidad de confusión.

Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o similitud entre productos, como sucede en el caso que nos ocupa (artículo 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador y, por ende, tener por configurada la prohibición relativa de registro del artículo 8 inciso a) y b) de la Ley de Marcas citada.

De esta manera, no advertir el riesgo de confusión que podría presentarse ante la coexistencia de ambas marcas, quebrantaría esa función distintiva que persigue la normativa marcaría y a su vez, restringiría indebidamente el derecho exclusivo de que goza la sociedad **PRODUCTORA DE CAPSULAS DE GELATINA, S.A. (PROCAPS)**, como titular de la marca registrada “**PLEXUS**”, en **clase 5** de la Clasificación Internacional de Niza.

Así las cosas, este Tribunal arriba a la conclusión que la marca inscrita y solicitada, son marcas similares gráfica y fonéticamente y que su eventual coexistencia implicaría alguna



suerte de confusión del público consumidor, máxime que protegen productos similares entre sí, por lo que este Tribunal considera que no son de recibo los alegatos de la sociedad apelante en su escrito de expresión de agravios.

OCTAVO. Por existir la posibilidad de que surja un riesgo de confusión entre las marcas cotejadas por encontrarse inscrita la marca “**PLEXUS**”, de permitirse la inscripción de la marca solicitada “**FREXUS**”, se quebrantaría con ello lo estipulado en el artículo **8** inciso **a)** y **b)**, numeral **25** párrafo primero de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y artículo **24** inciso **e)** del Reglamento a la Ley de Marcas, por lo que lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Víctor Vargas Valenzuela**, en su condición de apoderado especial registral de la sociedad **ARCH UK BIOCIDES LIMITED**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, dieciocho minutos, cuarenta y nueve segundos del catorce de setiembre de dos mil seis, 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, 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, citas normativas, doctrina y jurisprudencia, que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Víctor**



Vargas Valenzuela, en su condición de apoderado especial de la sociedad **ARCH UK BIOCIDES LIMITED**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, dieciocho minutos, cuarenta y nueve segundos del catorce de setiembre de dos mil seis, la que en este acto se confirma. Se da por agotada la vía administrativa. 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.**

Norma Ureña Boza

Pedro Daniel Suárez Baltodano

Ilse Mary Díaz Díaz

Kattia Mora Cordero

Guadalupe Ortiz Mora