



## **RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**Expediente N° 2014-0171-TRA-PI**

**Solicitud de inscripción de la marca de servicios “The Italian Coffee Company (DISEÑO)”**

**ITALIAN COFFEE, S.A. DE C.V., Apelante**

**Registro de Propiedad Industrial (expediente de origen N° 2010-11592)**

**Marcas y otros Signos Distintivos**

## **VOTO No. 594-2014**

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.** Goicoechea, San José, Costa Rica, a las nueve horas con cuarenta minutos del uno de agosto del dos mil catorce.

Conoce este Tribunal del Recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Mauricio Bonilla Robert**, mayor, casado, Abogado, titular de la cédula de identidad número uno-novecientos tres- setecientos setenta, en su condición de Apoderado Especial de la empresa denominada **ITALIAN COFFEE, S.A. DE C.V.**, organizada y existente bajo las leyes de México, con domicilio en Puebla, México, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas con cuarenta minutos y treinta y dos segundos del veinticuatro de mayo del dos mil once.

### **RESULTANDO**

**I.** Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el día 14 de Diciembre de 2010, el Licenciado **Mauricio Bonilla Robert**, en la condición indicada, solicitó la inscripción de la marca de servicios:



En la **clase 43 de la clasificación internacional, para proteger y distinguir:** *“servicios de restaurante, café, cafetería, servicios de provisión de bebidas y alimentos, servicios de acomodamiento temporal”*.

**II.** Que mediante resolución de las once horas con veinticinco minutos y cincuenta y dos segundos del veintitrés de diciembre de dos mil diez, el Registro de la Propiedad Industrial previno a la empresa solicitante lo siguiente: *“Previo a realizar el estudio de fondo de la marca debe aclarar a que se refiere cuando indica en la solicitud que nos [sic] se hace reserva de las partes NOMINATIVAS de la marca, se podría interpretar que no se hace reserva de la parte DENOMINATIVA de la marca por lo que pasaría a ser una marca figurativa y deberán eliminar las palabras del logo y presentar solamente es diseño. De ser así deberán cancelar los \$25 por la modificación. Circular-008-2008”*.

**III.** Que en el escrito del 2 de Febrero del 2011 el Licenciado **Mauricio Bonilla Robert** en representación de la empresa denominada **ITALIAN COFFEE, S.A. DE C.V.**, indica que de conformidad con la prevención antes citada, solicita conforme al artículo 11 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, así como con la Circular DRPI-008-2008, se modifique la solicitud inicial y aporte un nuevo diseño.

**IV.** Que mediante resolución dictada a las trece horas con cuarenta minutos y treinta y dos segundos del veinticuatro de mayo del dos mil once, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso, en lo conducente, lo siguiente: *“SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada para la clase internacional solicitada. (...)”*.



V. Que inconforme con lo resuelto, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 01 de Julio de 2011, el Licenciado **Mauricio Bonilla Robert**, en representación de la empresa **Italian Coffee, S.A de C.V.**, apeló la resolución referida, y por esta circunstancia conoce este Tribunal.

VI. Que a la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde y no se han observado causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados, la invalidez o la nulidad de lo actuado, dictándose esta resolución fuera del plazo legal toda vez que el Tribunal Registral Administrativo no contó con el Órgano Colegiado del 12 de mayo del 2010 al 12 julio del 2011.

*Redacta el Juez Arguedas Pérez, y;*

### CONSIDERANDO

**PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS.** No existen de interés para la resolución del caso concreto, por ser un asunto de puro derecho.

**SEGUNDO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.** El Registro de la Propiedad Industrial citó como fundamento legal para rechazar la solicitud de inscripción del signo solicitado, el literal j) del artículo 7º de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, N° 7978, en adelante Ley de Marcas:

*“Artículo 7.- Marcas inadmisibles por razones intrínsecas.*

*No podrá ser registrado como marca un signo que consista en alguno de los siguientes: (...)*

*j) Pueda causar engaño o confusión sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las cualidades, la aptitud para el empleo o el consumo, la cantidad o alguna otra característica del producto o servicio de que se trata. (...).”*



El Registro de la Propiedad Industrial consideró que el signo marcario propuesto resulta capaz de atribuir cualidades o características, causar confusión y es carente de la distintividad necesaria en relación con los servicios a proteger en clase 43.

Asimismo es criterio del Registro que la modificación solicitada a la marca **“The Italian Coffee Company (DISEÑO)”** constituye un cambio esencial que violenta lo establecido por el artículo 11 de la Ley de Marcas, y no puede tomarse en cuenta al momento de valorar el signo propuesto, debiendo valorar la marca inicialmente propuesta, tal y como se indica en la circular DRPI-004-2007.

Alega la parte apelante que la modificación solicitada mediante escrito del 2 de febrero del año 2011 es un cambio de forma del diseño de la marca y se realiza de conformidad con el artículo 11 de la Ley de Marcas y no en cuanto al fondo del mismo ni la parte sustancial de éste.

Considera errada la apreciación del señor Registrador al manifestar que la modificación realizada representa un cambio esencial de la marca, dado que el diseño se mantiene cambiando únicamente unas letras del mismo, que es una modificación de forma sobre la totalidad del diseño.

Agrega que en la modificación indicada el diseño de la marca no representa una confusión al consumidor, dado que la denominación no establece un vocablo específico que pudiese hacer mención a un producto específico y por lo tanto no limitan el registro de la marca, evidenciándose que los vocablos **“ITAL COFF”** son denominaciones de fantasía sin ningún tipo de significado real ni aparente, y hace caso omiso el Registrador al escrito presentado mediante el cual se modifica la solicitud inicial y por lo tanto el signo solicitado es **“THE ITALN COFF COMPANY” (DISEÑO)** y no el signo indicado por el registrador.



Continúa refiriéndose el recurrente que el rechazo de la marca en cuestión es inadmisibles debido a que los registros marcarios deberán ser vistos como un conjunto y no a partir de sus elementos en forma separada. Sin embargo en el presente caso el Registro de la Propiedad Industrial hace caso omiso de dicho principio y no lo hace aplicable en el caso concreto.

Menciona que la marca de su representada cuenta con elementos diferenciadores suficientes, sean “THE” y “ITALN”, “COFF” “COMPANY” y (Diseño) los cuales hacen que la marca a nivel de conjunto sea diferenciable y distinguible para el público consumidor, ya que no cuenta con elementos descriptivos de los servicios que pretenden proteger, y porque los vocablos “ITALN” y “COFF” indicados no tienen ningún significado en el idioma español.

Se refiere también a que el Registro de la Propiedad Industrial no lleva razón al rechazar el registro de la marca propuesta por considerar que se trata de un término que puede causar confusión o engaño sobre las cualidades de los servicios que protege, ya que al analizar a fondo la denominación marcaria y los servicios que protege no existe ningún tipo de confusión entre ellos, no resultando ninguno descriptivo de los mismos, permitiendo al consumidor identificar los servicios que elige, contando además con los elementos básicos exigidos para el registro de marcas, los cuales son la novedad o carácter distintivo, licitud, disponibilidad y originalidad. Solicita que se analice el signo distintivo tal como fuera solicitado, sea “**THE ITALN COFF COMPANY**” (Diseño) y se acoja el presente recurso de revocatoria con apelación en subsidio, continuándose con el trámite de la marca y emitiendo el edicto de ley correspondiente.

**TERCERO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO.** Una vez realizado el proceso de confrontación del signo cuyo registro se solicita con la fundamentación normativa que planteó el órgano *a quo*, y analizando además la causal prevista en el inciso j) del artículo 7° de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, este Tribunal arriba a la conclusión, de que la marca solicitada “**The Italian Coffee Company (DISEÑO)**” sí contraviene lo dispuesto por el



citado inciso del artículo 7, ya que dentro de las marcas inadmisibles por razones intrínsecas, no pueden registrarse como tales, aquellas que puedan causar confusión o engaño.

El autor, Jorge Otamendi, respecto a las marcas engañosas refiere: “(...) *Hay signos que aplicados a determinados productos o servicios inducen a hacer creer al público consumidor que aquéllos tienen determinadas características. Estas marcas que inducen o provocan el error son llamadas marcas engañosas (...)*” (OTAMENDI, Jorge, **Derecho de Marcas**, 5<sup>a</sup>. Ed., Abeledo-Perrot, Buenos Aires, Argentina, 2003, p. 86.).

El signo “**The Italian Coffee Company (DISEÑO)**”, sí puede resultar engañoso, pues respecto a los productos que pretende proteger es susceptible de despertar en los consumidores evocaciones falaces, ya que existen servicios como el “*de acomodamiento temporal*” que no corresponden a café por lo que inducen a error y engaño en cuanto a su naturaleza, ya que el signo solicitado incluye en su denominación el término “COFFEE” que traducido al español “CAFÉ”, como elemento preponderante de éste e igualmente en cuanto a la procedencia de estos productos ya que el signo solicitado hace alusión a Italia, siendo la empresa solicitante una sociedad constituida y existente bajo las leyes de México y siendo además el origen de la marca propuesta México.

De allí que resulta aplicable el inciso j) del numeral 7 de la Ley de Marcas, como correctamente lo hizo el *a quo*, pues esta causal tiene que ver con el “principio de veracidad de la marca”, ya que, “(...) *El principio de la veracidad de la marca tiende a proteger, por una parte, el interés del público de no ser engañado con falsas indicaciones de procedencia, naturaleza o calidad de los productos o servicios que se le ofrecen y, por otra parte, el interés de los titulares de derechos protegidos por la propiedad industrial, de que se respeten esos derechos o no se vulneren por medio de actos de competencia desleal. La marca, por tanto, debe ser veraz en mérito de un doble interés: el público y el privado. (...)*” (KOZOLCHYK, Boris y otro, “Curso de Derecho Mercantil”, Editorial Juricentro, San José, Costa Rica, T. I, 1<sup>a</sup>. Reimp., 1983, p. 176.)



La marca no debe producir confusión respecto a la información que debe suministrar el correspondiente signo, de allí el requisito de no producir en los consumidores error, engaño y desorientación. Por ello, se tiene entonces que el rechazo a la inscripción del signo solicitado por causas intrínsecas sí puede basarse válidamente en el inciso j) del artículo 7 de la Ley de Marcas.

Además debe subrayarse que la marca solicitada **“The Italian Coffee Company (DISEÑO)”**, corresponde a un signo mixto, ya que consta de una parte denominativa así como de una parte figurativa, siendo además compleja, por estar conformada por cuatro palabras, razón por la cual en el presente caso debe determinarse cuál es el elemento preponderante. Sobre el particular valga acotar lo que ha reiterado la jurisprudencia del Tribunal de la Comunidad Andina al señalar que:

*“(…) Para comparar marcas mixtas, primero se debe determinar, cuál de los dos elementos -el denominativo o el gráfico- de cada marca, resulta predominante, que es lo que le permite a la marca llegar al público consumidor. La doctrina se ha inclinado a dar prioridad al elemento denominativo de la marca mixta, ya que por lo general suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propias de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. (…)*”. **Proceso 05-IP-02, sentencia del 20 de febrero del 2002. Marca “BAZZER”. En G.O.C.A. No. 773 del 18 de marzo del 2002.**

Huelga además resaltar la contribución de la doctrina para estructurar criterios con la finalidad de afirmar la existencia o no de confusión, resultante en la comparación entre marcas mixtas, al indicar literalmente que:



*“(…) En este caso se efectuará el examen, atendiendo fundamentalmente al aspecto nominativo de las marcas. Si ellos son semejantes entonces las marcas son confundibles. Este proceder está arreglado al principio según el cual la confundibilidad hay que apreciarla en base a los elementos semejantes y no a los desemejantes. Igualmente no debe olvidarse la importancia de la palabra como elemento principal para determinar la confundibilidad o no entre las marcas en litigio. (…).”* **Cornejo, Aldo: Derecho de Marcas, Editorial Cultural Cuzco S.A. Lima Perú, 1992, p. 123**

De la misma manera, el tratadista Fernández-Novoa, señala:

*“(…) a la hora de comparar una marca mixta con otro signo distintivo, debe aplicarse tanto la pauta de la visión de conjunto como la ulterior pauta a saber: la de la supremacía del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de la correspondiente marca. Por consiguiente, (…) en el caso de que en la comparación entre signos distintivos intervenga una marca mixta, hay que esforzarse por encontrar el elemento dominante de la pertinente marca mixta. De ordinario, el elemento dominante de una marca mixta está constituido por el componente denominativo de la misma. Esta pauta primordial deja de aplicarse, no obstante, en los supuestos en los que por ciertas razones el elemento figurativo de una marca mixta predomina sobre su componente denominativo.*

*La primacía del elemento denominativo se basa en que a la hora de adquirir productos revestidos con una marca gráfico denominativa, el público demanda los productos en el comercio señalándolos por su denominación. (…).”* **FERNÁNDEZ-NOVOA, Carlos: Tratado sobre Derecho de Marcas, Editorial Marcial Pons, Madrid, 2001, pp. 254, 255.**

Realizado el análisis de la marca solicitada **“The Italian Coffee Company (DISEÑO)”**, observa este Tribunal que los términos **“The Italian Coffee Company”** se constituyen en el



elemento preponderante del signo solicitado, así como en el factor tópico, por todo lo anteriormente expuesto.

Respecto a los alegatos expuestos por el Licenciado **Mauricio Bonilla Robert** en cuanto al cambio que intenta hacer a la marca propuesta conforme al artículo 11 de la Ley de Marcas, avala este Tribunal el criterio externado por el Registro, referente a que no puede admitirse dicha modificación de conformidad con lo establecido por el citado artículo y asimismo lo establecido en la Circular emitida por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial No. DRPI-004-2007, en relación con dicho artículo.

Al respecto este Tribunal ya ha señalado en el Voto No. 739-2009 de las 13:45 horas del 6 de julio de 2009, lo siguiente:

*“(...) EN CUANTO A LA IMPROCEDENCIA DE LA MODIFICACIÓN DE LA MARCA SOLICITADA. Es criterio de este Tribunal que lo sostenido por el Registro de la Propiedad Industrial al resolver el recurso de revocatoria mediante la resolución de las 10:24:52 del 29 de enero de 2009, está correcto, en cuanto a la imposibilidad de modificar esencialmente la marca solicitada al establecer lo siguiente:*

*“(...) En cuanto a la modificación del signo solicitado la Ley de Marcas reza en lo conducente: “Artículo 11.- Modificación y división de la solicitud El solicitante podrá modificar o corregir su solicitud en cualquier momento del trámite. No se admitirá ninguna modificación ni corrección si implica un cambio esencial en la marca o una ampliación de la lista de productos o servicios presentada en la solicitud; pero la lista podrá reducirse o limitarse. (...)” (El subrayado es nuestro)*

*Al respecto debe aclararse que las modificaciones que tradicionalmente el Registro ha permitido e incluso solicitado es sobre aquellos elementos de carácter genérico, necesarios para el comercio, y que de conformidad con el artículo 28 de la ley de marras, no son*



*susceptibles de protección. Distinto es el presente caso donde el recurrente desea eliminar parte esencial de la marca solicitada, convirtiéndose dicha modificación en un cambio esencial de la marca, y por ende improcedente conforme a la normativa citada.*

*De este modo, a la luz de la legislación marcaria la solicitud de registro de marca no puede ser modificada durante su trámite, cuando esas modificaciones impliquen cambios esenciales y sustantivos en la marca, o, cuando se amplíe la lista de los productos o servicios que se presentaron en la solicitud de inscripción del signo marcario, siendo posible limitar la lista de productos o servicios, pero no es susceptible la modificación de los elementos sustanciales que conforman la marca, de existir una reforma de esa naturaleza en cualquier momento del trámite, constituiría una nueva solicitud, sujeta al procedimiento de calificación registral.*

*Conforme con lo dispuesto en el artículo 11 transcrito, la modificación se autoriza únicamente para aquellos casos en que operen cambios secundarios, o bien, para el caso en que la lista de productos o servicios presentada en un inicio se reduzca o se limite, sin que ello implique una transformación de los elementos esenciales que componen el signo marcario.*

*El autor, Manuel Lobato en su obra Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, refiere: "(...) la Ley permite que se eliminen del distintivo aquellos elementos que no alteren de manera significativa el carácter distintivo de la marca en la forma en que fue solicitada. La Ley emplea el concepto de modificación sustancial de la marca, que permite la supresión de elementos que no afecten a la identidad de la marca (p.ej. el solicitante de HOTEL DE LUXE PARADISO, modifica el distintivo por HOTEL PARADISO; en cambio, el solicitante de la marca FACTORY CHARANGA, no puede suprimir el vocablo CHARANGA, porque afecta a la identidad del signo solicitado)." LOBATO, Manuel, Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, CIVITAS Ediciones, S. L., 2002, pág 466.*



*Además, al respecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, por ejemplo, en el proceso 41-IP-2005 dictado el 6 de abril de 2005, dictaminó: “En una solicitud de registro de marca se pueden distinguir dos clases de elementos; los principales y los secundarios. Los primeros no son susceptibles de modificación, es decir, son inamovibles dentro de la tramitación (cambios en los elementos esenciales del signo, en la denominación y en el gráfico, ampliación de los productos a protegerse con la marca, cambio de clase, etc., (...)) La modificación procede cuando no se altera la naturaleza del signo registrable, no siendo viable, tampoco, para ampliar los productos o los servicios especificados. (...)”*

*En el caso concreto, la solicitud presentada inicialmente ante el Registro de la Propiedad Industrial el cuatro de agosto de dos mil seis, por el señor William Suárez Díaz, lo fue la denominación “Suar” (Diseño), en clase 16 de la Clasificación Internacional, para proteger y distinguir todo lo relativo a papelería y librería, tarjetería, cuadernos, papel de regalo, colillas, libretas, agendas, afiches y calendarios, ocurriendo que dicho solicitante, no obstante, mediante escrito presentado ante dicho Registro, el siete de enero de dos mil nueve, posterior a la resolución recurrida, solicitó la modificación de la citada marca por la de “Suar”, es decir, procediendo a eliminar el diseño (parte figurativa) de la misma.*

*Conforme a lo anterior, lleva razón el Registro de la Propiedad Industrial en sostener que la modificación operada a la solicitud inicial, constituye un cambio esencial que violenta el artículo 11 párrafo primero de la Ley de Marcas. La modificación conlleva un cambio conceptual radical al eliminar de la marca originalmente solicitada su parte figurativa, que resultaba una parte esencial de ésta.*

*De forma que, con dichas modificaciones se alteraron las partes esenciales de la marca que se pretendía inscribir originariamente, constituyéndose una nueva solicitud sujeta al procedimiento inicial de registro, fundamento suficiente para que la Institución Registral declarara la improcedencia de estos cambios, rechazándolos conforme lo prevé el citado*



*numeral 11, resultando innecesario realizar el examen de fondo que establece el artículo 14 de la citada Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. (...)*”

De lo anterior se desprende, que la modificación solicitada por el aquí apelante como principal agravio, resulta totalmente improcedente, de conformidad con lo expuesto supra, en virtud de que está cambiándole un elemento primario, es decir en la parte denominativa solicitada,

sea , los términos “Italian” y “Coffe”, quedando el signo distintivo

originalmente propuesto de la siguiente manera: , lo que a todas luces resulta un cambio esencial en el signo propuesto que transgrede lo establecido por el artículo 11 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Es importante además rescatar la circular antes citada N° DRPI-004-2007 del 23 de febrero del 2007, en cuanto al lineamiento dado al Registrador del Registro de la Propiedad Industrial y que tal y como lo indica la circular en su parte final es de “(...) **de acatamiento obligatorio**” y que al respecto agrega:

*“Atendiendo a la jurisprudencia andina, quienes mediante interpretación Prejudicial de fecha 23 de abril de 2003, correspondiente al Proceso No. 26-IP-2003, en forma reiterada han manifestado:*

*“En una solicitud de registro de marca se puede distinguir dos clases de elementos: los principales y los secundarios. Los primeros no son susceptibles de modificación, es decir, son inamovibles dentro de la tramitación (cambios en los elementos esenciales del signo, en la denominación y en el gráfico, ampliación de los productos a proteger con la marca, cambio de clase, etc.), hasta tal punto que de existir una modificación de esa naturaleza en cualquier momento del trámite **constituiría una nueva solicitud** sujeta al procedimiento inicial del registro con la consecuente publicación, sujeción a la posibilidad de nuevas observaciones y pérdidas del derecho de prioridad”*



*Por consiguiente, a efecto de que las disposiciones de este Registro, en relación con las modificaciones en las solicitudes de inscripción de marcas, nombres comerciales o expresiones o señales de publicidad comercial, resulten acordes con lo señalado por las normas legales aplicables y la jurisprudencia, en beneficio de los intereses de los usuarios y de esta forma ajustar las actuaciones de la Administración a derecho y evitar posibles futuras nulidades, **este Registro procede a establecer las siguientes pautas a seguir por los señores Registradores ante las modificaciones presentadas en las solicitudes en trámite:***

*1) No se admitirán modificaciones en las marcas cuando éstas versen sobre elementos primarios, es decir, todo cambio que afecte la parte denominativa y gráfica que conforman un signo, de tal forma que se considerará sustancial el hecho de agregar letras, signos o palabras. Contrario sensu, resultarán procedentes los cambios que afecte elementos secundarios, tales como: el tamaño de la letra, tipología de la letra, faltas ortográficas o mecanográficas o la supresión de algún elemento genérico o secundario de la denominación.*

*2) Serán admitidos los cambios en la clase, siempre que éstos no impliquen una ampliación en la lista de productos presentada en la solicitud inicial. Los cambios pueden ser consecuencia de un error material o una incorrecta clasificación por parte del solicitante.*

***Se recuerda que las disposiciones contenidas en esta Circular son de acatamiento obligatorio.***

***Rige a partir de su publicación en el Diario Oficial La Gaceta.”***

Al concluirse que con la inscripción de la marca solicitada se violentaría lo estipulado en el inciso j) del artículo 7 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, y asimismo por resultar improcedente la modificación del signo solicitado, de conformidad con el artículo 11 del mismo cuerpo normativo, concuerda este Tribunal con el *a quo*, en que lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la el Licenciado **Mauricio Bonilla Robert** en su condición de Apoderado Especial de la empresa **ITALIAN COFFEE, S.A. DE C.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas con cuarenta minutos y treinta y dos segundos del veinticuatro de mayo del dos mil once, la cual, en este acto se confirma.



**SEXTO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VÍA ADMINISTRATIVA.** Por no existir ulterior recurso contra esta resolución, de conformidad con los artículos 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, N° 8039, del 12 de octubre de 2000 y 29 del Reglamento Operativo de este Tribunal, Decreto Ejecutivo No. 35456-J de 30 de marzo del 2009, publicado en La Gaceta No. 169 de 31 de agosto del 2009, se da por agotada la vía administrativa.

**POR TANTO**

Con fundamento en las consideraciones expuestas, citas normativas y doctrina que anteceden, se declara **SIN LUGAR** el Recurso de Apelación interpuesto por el Licenciado el Licenciado **Mauricio Bonilla Robert** en su condición de Apoderado Especial de la empresa **ITALIAN COFFEE, S.A. DE C.V.**, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas con cuarenta minutos y treinta y dos segundos del veinticuatro de mayo del dos mil once, la cual 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.-**

*Roberto Arguedas Pérez*

*Pedro Suárez Baltodano*

*Ilse Mary Díaz Díaz*

*Kattia Mora Cordero*

*Guadalupe Ortiz Mora*