



## **RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**Expediente N° 2009-0051-TRA-PI**

**Oposición a inscripción de la marca de fábrica “DECAF”**

**SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A., apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de origen N° 5333-05)**

**Marcas y otros signos distintivos**

## ***VOTO N° 659-2009***

***TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las nueve horas del veintidós de junio del dos mil nueve.***

***Recurso de Apelación*** interpuesto por el Licenciado **José Paulo Brenes Lleras**, mayor, casado, abogado, con domicilio en avenida 11, calles 5 y 7, No. 517, titular de la cédula de identidad número uno-seiscientos noventa y cuatro-seiscientos treinta y seis, en su condición de apoderado de la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, una sociedad constituida y existente bajo las leyes de Suiza, con domicilio en Vevey 1800, Cantón de Vaud, Suiza, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas, cuarenta y tres minutos, treinta y dos segundos del siete de agosto del dos mil ocho.

### ***RESULTANDO***

**PRIMERO.** Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el día quince de julio del dos mil cinco, el Licenciado Víctor Vargas Valenzuela, mayor, divorciado, abogado, domiciliado en Calle 19, Avenida 10, Casa No. 872, San José, titular de la cédula de identidad número uno-trescientos treinta y cinco-setecientos noventa y cuatro en su condición de apoderado especial de la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, solicitó la



inscripción de la marca de fábrica “**DECAF**”, en **Clase 30** de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir: café, extractos del café y bebidas a partir del café, sucedáneos del café y extractos de sucedáneos de café, té, extractos de té y bebidas a partir de té, cacao, preparaciones y bebidas a partir de cacao, productos de confitería, chocolate, bebidas a partir de chocolate, productos de panadería, pastelería, crema, cereales para el desayuno, helados y comestibles.

**SEGUNDO.** Que los edictos para oír oposiciones, fueron publicados en el Diario Oficial La Gaceta, los días nueve, diez y once del mes de enero del dos mil seis, en las Gacetas números seis, siete y ocho, y dentro del plazo conferido, el señor **Adolfo Lizano González**, mayor, soltero, vecino de Sabana Sur, San José, titular de la cédula de identidad número tres-ciento ochenta y cinco-seiscientos treinta y seis, en su condición de Subdirector Ejecutivo y apoderado generalísimo del **INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA**, denominado **ICAFE**, cédula de persona jurídica número 3-007-042037-02, y la señora **Sandra Alfaro Rojas**, mayor de edad, casada, secretaria, vecina de San José, Costa Rica, titular de la cédula de identidad número seisciento cincuenta y uno-trescientos setenta y seis, con oficina en Plaza Roble, Edificio Los Balcones, Guachipelín, en su condición de apoderada especial de la empresa **STARBUCKS CORPORATION**, una sociedad organizada y existente bajo las leyes del Estado de Washington y domiciliada en 2401 Utah Avenue South, Seattle, Washington 98134, Estados Unidos de América, formularon por su orden, en fecha 08 de marzo y 9 de marzo, ambos del año 2006, oposición al registro de la marca de fábrica “**DECAF**” en **clase 30** de la Clasificación Internacional de Niza, solicitado por el Licenciado Víctor Vargas Valenzuela, en representación de la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**

**TERCERO.** Que mediante resolución de las trece horas con cuarenta y tres minutos, treinta y dos segundos del siete de agosto del dos mil ocho, dictada por la el Registro de la Propiedad Industrial se dispuso: “...**POR TANTO:** Con base en las razones expuestas y citas de la Ley de N° 7978, (Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos), Convenio de París y Acuerdo sobre los



*Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual relacionados con el Comercio (Acuerdo sobre los ADPIC), se resuelve: Se declara sin lugar las oposiciones interpuestas por los apoderados de las sociedades **INSTITUTO DE CAFÉ DE COSTA RICA** y **STARBUCKS CORPORATION**, contra la solicitud de inscripción del distintivo “**DECAF**”, en clase 30 Internacional, presentada por **Víctor Vargas Valenzuela**, en representación de **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, la cual se deniega. (...) “*

**CUARTO.** Que mediante escrito presentado en fecha dieciocho de setiembre del dos mil nueve, el Licenciado **José Paulo Brenes Lleras**, en su condición de apoderado de la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, apeló la resolución final indicada, siendo, que el Registro, mediante resolución de las quince horas, veintiocho minutos, cuarenta segundos del doce de noviembre del dos mil ocho, admitió el recurso de apelación ante este Tribunal, el que mediante resolución dictada a las once horas, treinta minutos del once de marzo del dos mil nueve, le confirió a la empresa apelante la audiencia reglamentaria para que expusiera sus alegatos, audiencia que contesta por medio de escrito presentado ante esta Instancia el veintidós de abril del dos mil nueve, por el cual expresó agravios.

**QUINTO.** Que a la sustanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde, y no se han observado causales, defectos u omisiones que causen indefensión a las partes o interesados, o la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución dentro del plazo legal y previas las deliberaciones de rigor.

**Redacta la Jueza Ortiz Mora, y;**

### **CONSIDERANDO**

**PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.** Este Tribunal considera que no existen hechos, con el carácter de no probados, de importancia para la resolución del presente



asunto.

**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 EL FONDO DEL ASUNTO. RESOLUCIÓN FINAL VENIDA EN ALZADA Y ARGUMENTOS DE LA APELACIÓN.** La resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial declaró con lugar las oposiciones interpuestas por los representantes de las sociedad **INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA** y **STARBUCKS CORPOARTION**, contra la solicitud de inscripción de la marca de fábrica “**DECAF**”, en **clase 30** de la Clasificación Internacional Niza, con fundamento en que:

*“(…) Una vez analizada la normativa, doctrina y jurisprudencia, considera esta instancia que conforme lo expuesto anteriormente el registro del signo solicitado contraviene los incisos c), d) y g) del artículo 7 de la Ley de Marcas, al ser el signo una designación común o usual del producto que protege, descriptivo y no distintivo, por lo tanto deben acogerse las oposiciones planteadas y denegar la solicitud del signo DECAF en clase 30 internacional”.*

Por su parte, los argumentos de la empresa recurrente en su escrito de expresión de agravios, fueron:

*“(…) 1. Que la resolución impugnada no logra probar que la denominación solicitada sea utilizada para describir o referirse a los productos que se deseen proteger. Si bien la denominación “decafeinado” o “decaffaintated” si es utilizada para tal efecto, no se ha logrado que la denominación “decaf” así lo sea. Por el contrario se ha logrado probar que la marca DECAF es susceptible de distinguir los productos de nuestra representada y por muchos años ha sido utilizada como marca y se encuentra inscrita en una gran*



*cantidad de países alrededor del mundo. 2. Que en estos casos la carga de la prueba del carácter genérico o descriptivo de la marca solicitada le corresponde al Registro de la Propiedad Industrial y que efectivamente la denominación es utilizada como un adjetivo o como nombre común de los productos, pero no lo ha hecho y por lo tanto siendo la denominación DECAF una denominación de fantasía, es inherentemente distintiva (...)"*

En virtud de lo anterior, corresponde que este Tribunal se avoque al análisis de la marca solicitada y los alegatos expuestos por la empresa apelante, con el propósito de determinar la normativa aplicable al caso que nos ocupa.

**CUARTO. SOBRE LAS MARCAS Y SU INSCRIPCIÓN.** Las *marcas*, como signos que distinguen productos o servicios, juegan en el comercio un papel esencial, porque su principal función consiste en diferenciarlos, brindándoles la ventaja de no ser confundidos con otros similares que resulten competidores suyos. Las marcas no sólo son útiles e imprescindibles para los fabricantes y comerciantes que las utilizan en el mercado para proteger sus productos, sino también son útiles para los consumidores, por cuanto si tales signos son un referente de la reputación de un producto o un servicio, es un hecho que aquellos están obligados a elegir, comprobar y recordar, selectivamente una marca en particular, entre las distintas marcas que el mercado ofrece.

Por tales razones, la inscripción de una marca debe hacerse de forma tal que no afecte a otra y otras ya existentes o inscritas, sea por su identidad, sea por un acercamiento competitivo perjudicial; o que pueda provocar confusión o engaño en el público consumidor sobre la identidad del producto o servicio de que se trate.



Partiendo de esa dinámica, el derecho de marca trata de proteger a su titular, por la publicidad que vaya a hacer respecto de los productos que elabora, distribuye o vende, o de los servicios que presta, permitiéndoles su debida identificación, y al mismo tiempo protege a los consumidores, brindándoles alguna certeza acerca de la esperada calidad del producto o servicio que estará adquiriendo.

La Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, en adelante Ley de Marcas, en su artículo 2, define el término marca como cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra. Estableciéndose, la capacidad distintiva como el requisito básico que debe cumplir el signo para ser objeto de registro, por ser considerada como aquella cualidad que permite el signo la distinción de unos productos o servicios de otros, haciendo que el consumidor los diferencie y seleccione sin que se confunda con él, o con sus características esenciales o primordiales.

En la Ley citada, **no se permite el registro de los signos que carezcan de distintividad**: a) sea **por razones intrínsecas**, porque se tratan de términos descriptivos que hacen mención a alguna de sus características, tales como calidad, cantidad, valor, destino, o cualquier otra de semejante naturaleza, o bien faltos de distintividad o engañosos, según señala, entre otros, el artículo 7 de la Ley de Marcas; y b) sea **por razones extrínsecas o por derechos de terceros**, es decir, cuando se pudiere originar un *riesgo de confusión* entre los signos contrapuestos, por las eventuales similitudes que mostraren y que pudieren provocar la falsa creencia de que los productos o servicios que protegen, tienen un mismo origen empresarial, que es a lo que se refiere en su esencia el artículo 8 de la Ley de Marcas.

#### **QUINTO. EN CUANTO A LA IRREGISTRABILIDAD DEL SIGNO SOLICITADO.**

Precisamente, como se indicó en líneas atrás, la solicitud de la marca de fábrica “DECAF” fue denegada por el Registro por oponerse a lo estipulado en los incisos c), d) y g) de la Ley de cita, que establece:



*“Artículo 7°.- Marcas inadmisibles por razones intrínsecas. No podrá ser registrado como marca un signo que consista en alguno de los siguientes:*

*c) Exclusivamente un signo o una indicación que, en el lenguaje corriente o la usanza comercial del país, sea una designación común o usual del producto o servicio de que se trata.*

*d) Únicamente en un signo o una indicación que en el comercio pueda servir para calificar o describir alguna característica del producto o servicio de que se trata.*

*(...)*

*g) No tenga suficiente aptitud distintiva respecto del producto o servicio al cual se aplica”.*

Al respecto, cabe destacar, que el inciso c) del artículo 7 referido, establece que no puede registrarse como marca un signo que en el lenguaje corriente o en la usanza comercial del país, sea una designación común o usual del producto o servicio de que se trata. Como puede apreciarse, estamos en presencia de una prohibición relacionada con aquellos signos que son genéricos o de uso común con relación al producto o servicio que se pretende distinguir. Obsérvese que este literal prohíbe registrar como signo marcario, a aquel que tiene para los consumidores y competidores el mismo significado que el producto o servicio que se pretende distinguir con la marca. Sobre este punto, el tratadista Jorge Otamendi, ha señalado:

*“Toda palabra que se entienda y reconozca por el público en general, o por aquellas personas que se desenvuelven en ciertos ámbitos más restringidos según sea el carácter más o menos técnico de la misma, como el nombre o designación de un producto o servicio, no es marca. No importa si hay más de una palabra para designar lo mismo”.*

**(OTAMENDI, Jorge, Derecho de Marcas. Editorial Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 1989, p. 62).**

A modo ilustrativo, y citando uno de los ejemplos mencionados por el tratadista Otamendi, en el libro indicado, p. 68, tenemos, que *“La palabra “Mesa” no es registrable para mesas pero sí lo*



*es para heladeras”, pues, nótese en este caso específico, que el consumidor efectuaría una relación directa entre el nombre y los productos que se pretenden proteger, como también podríamos decir, que la expresión “Diesel” no es registrable para distinguir combustibles, pero sí para prendas de vestir. De tal forma, y partiendo, de lo dicho anteriormente, concluye este Tribunal que en el caso que nos ocupa es de aplicación el **inciso c) del artículo 7** de la Ley de Marcas, por lo que el Registro **a quo**, lleva razón al aplicar el inciso en mención, ya que el signo que se pretende inscribir “**DECAF**”, en el lenguaje corriente o en la usanza comercial es utilizado por el público consumidor y los competidores para referirse a café descafeinado, aspecto, que le resta distintividad, y por ende también, es de aplicación el inciso g) del numeral citado. De ahí, que considera este Tribunal, que la representación de la empresa opositora **STARBUCKS CORPORATION**, lleva razón cuando a folio treinta y ocho del expediente argumenta que la palabra “*DECAF es un término usado en la jerga cafetalera para referirse a un café de tipo descafeinado. Su uso generalizado se convierte en el principal componente para impedir que sea considerada como marca (...)*”, también, comparte este Tribunal los argumentos del **INSTITUTO DEL CAFÉ DE COSTA RICA**, cuando indica en su escrito de oposición que “ (*...) Decaf hace alusión a un producto descafeinado, (...). Adicionalmente, el término decaf ha alcanzado convertirse en un término genérico, (...) el uso generalizado de la palabra DECAF por distintas asociaciones, productores y entidades relacionadas con la producción de café, por ejemplo impiden que el consumidor pueda relacionar esta palabra con una empresa determinada, ya que lo percibe como una palabra común y genérica, utilizada por la mayoría de las personas relacionadas con la industria del café. (...) en inglés la palabra decaf es también un término genérico (...)*”.*

Partiendo de lo anterior, tenemos, que el vocablo “**DECAF**”, resulta ser una abreviación de la expresión en inglés “**decaffeinated**”, donde puede apreciarse claramente como el signo solicitado suprime las letras “**F-E-I-N-A-T-E-D**”. De conformidad con el Diccionario The University Of Chicago, Spanish-English, English-Spanish, Quinta Edición, p. 354, la palabra “**decaffeinated**”, se define como “[*dikefinedr*]ADJ descafeinado”. Por su parte, el Diccionario



de la Lengua Española de la Real Academia, Vigésima Segunda Edición, 2001, Tomo I, Editorisl Espasa Calpe, S.A., p. 766, define el vocablo “descafeinado” como “*descafeinado, da.* ) *Del part. de descafeinar*). *Adj. Que ha sido desprovisto de elementos nocivos o molestos*)”, “*descafeinar*” significa conforme al *Diccionario de la Lengua Española*, “*descafeinar. tr. Extraer o reducir el contenido de cafeína en el café. (...)*”, p. 766.

De las definiciones anteriormente transcritas, considera este Tribunal, que la denominación solicitada “**DECAF**” para proteger y distinguir: *café, extractos del café y bebidas a partir del café, sucedáneos del café y extractos de sucedáneos de café, té, extractos de té y bebidas a partir de té, cacao, preparaciones y bebidas a partir de cacao, productos de confitería, chocolate, bebidas a partir de chocolate*, productos de panadería, pastelería, crema, cereales para el desayuno, helados y comestibles, siendo, que el signo en mención, no debe concebirse como marca, toda vez, que describe a alguno de los productos amparados, como lo son los productos destacados en negrita, obsérvese, que la frase descafeinado, es utilizada por los consumidores y competidores para referirse al “**café descafeinado**” o, “**libre de cafeína**” como también es usado por estos sectores para referirse al té, cacao y chocolate, ya que la sustancia química contenida en éstos es semejante a la cafeína, vemos así, que en los productos indicados se utilizan fórmulas descafeinadas.

En este caso concreto, estamos en presencia de un signo que al momento de la solicitud de su registro como marca *designa o describe características* de algunos de los productos que pretende proteger, como es, que los mismos están libres de cafeína, por consiguiente, “**DECAF**” carece de distintividad intrínseca como signo, por lo que no puede ser inscrito como marca, ya que el signo para ser registrado tiene como requisito sine qua non, permitir al público consumidor que lo diferencie del producto, lo que se da cuando la marca no coincide con el nombre del producto o con alguna de sus características, aspecto, que no ocurre en el caso bajo estudio, incurriendo además de lo indicado, en la prohibición contemplada en el inciso d) del artículo 7 de la Ley de Marcas, que establece como prohibición el registro como marca de un



signo que consista “(...) *Únicamente en un signo o una indicación que en el comercio pueda servir para calificar o describir alguna característica del producto o servicio de que se trata*”. (negrita no es del original), como puede apreciarse una de las prohibiciones señaladas por dicho numeral, es que el signo califique o describa alguna característica del producto a distinguir, aquí, el signo pretendido describe una característica esencial de los productos referidos, *sea que son descafeinados*, situación, que trae como consecuencia la pérdida de aptitud distintiva del signo ante los consumidores. Además, cabe resaltar, que al no contar la estructura “**DECAF**” con otros elementos que le den distintividad, la misma carece de tal requisito, por lo que resulta aplicable también el inciso g) del artículo 7 de la Ley de Marcas.

Respecto a los signos descriptivos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 56-IP-2002, San Francisco de Quito, del 4 de setiembre del 2002, ha señalado que la marca descriptiva es “...*aquella que informa a los consumidores lo concerniente a las características de los productos o del servicio, que se quiere distinguir con la marca. Como lo señala FERNÁNDEZ NOVOA, la indicación, debe tener la virtualidad de comunicar las características (calidad, cantidad, destino, etc.) a una persona que no conoce el producto*”, por lo que este Tribunal comparte lo indicado por el Registro **a quo**, en el párrafo segundo, del folio ciento sesenta y siete del expediente, no así, lo manifestado por el representante de la empresa apelante cuando dice que “(...) *la resolución impugnada no logra probar que la documentación solicitada sea utilizada para describir o referirse a los productos que desea proteger. Si bien la denominación “decafeinado” o “decaffeinated” si es utilizada para tal efecto, no se ha logrado que la denominación “decaf” así lo sea (...)*”, ello, por cuanto el término “**DECAF**” como quedó establecido, viene a constituirse en un vocablo corto de la expresión en inglés “**decaffeinated**”, que como bien lo señala el apelante, ésta quiere decir “descafeinado”, siendo, que la misma es utilizada comúnmente por los consumidores para designar a alguno de los productos a proteger.



Por otra parte, y dentro del control de legalidad que ejerce este Tribunal, tenemos, que en el caso que nos ocupa, no solamente son aplicables los incisos c), d) y g), de la Ley de Marcas, tal y como lo hizo acertadamente el Registro **a quo**, sino también el inciso j) del artículo ya citado, por las razones que de seguido se expondrán. El tratadista Manuel Lobato explica la figura del engaño en los siguientes términos:

*“El concepto de marca engañosa se refiere a un defecto intrínseco del signo en relación con los productos o servicios que distingue.” (Lobato, Manuel, Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, Civitas, Madrid, 1era edición, 2002, p. 25399). (subrayado nuestro).*

Para ilustrar, el autor ejemplariza con los siguientes signos tomados de la casuística española y comunitaria, cada uno de ellos referido a productos específicos: MASCAFÉ para productos que no tienen café, BANCO para publicaciones, BANCO EXTERIOR DE ESPAÑA para restaurante, AGUA DE TERROR 1916 para cervezas, CAFÉ AREMONT para té, cacao y azúcar. Todos los anteriores signos relacionados al producto que pretenden distinguir resultan engañosos, ya que el propio signo incluye una denominación que entra en franca y frontal contradicción con el producto propuesto, situación de la cual se puede derivar de forma lógica y objetiva el engaño que provocan.

La jurisprudencia de este Tribunal ya ha analizado el tema de engaño que puede provocar un signo referido a los productos que pretende distinguir:

*“...el signo propuesto, sea CONSTRUCTION MANAGEMENT & DEVELOPMENT, frase que traducida al idioma español significa “gestión y desarrollo de la construcción”, es una frase que indica una actividad específica, sea la de la construcción. Al analizar los servicios que se pretenden distinguir, a saber:*

<i>SERVICIOS</i>
<i>hoteles, servicios de restauración, alimentación y hospedaje temporal</i>

*... tenemos que respecto de los servicios mencionados, el signo propuesto resulta ser engañoso o susceptible de causar confusión. Al incluir el signo solicitado la palabra*



*CONSTRUCTION, la cual es transparente en idioma español para designar construcción, delimita los servicios a los que puede aspirar distinguir el signo, al tenor del párrafo final del artículo 7 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978. Así, respecto de los hoteles y hospedaje temporal, servicios de restauración y alimentación, el signo resulta engañoso, ya que dichos servicios no tienen que ver directamente con la construcción...” Voto 205-2009 de las 12:20 horas del 2 de marzo de 2009.*

Tómese en cuenta, que el engaño siempre ha de analizarse como una propuesta que deriva de la confrontación del signo versus los productos o servicios que se pretenden distinguir: si la forma en que el signo se plantea entra en contradicción con los productos o servicios, se puede considerar que el signo resulta engañoso. Este análisis ha de llevarse a cabo de la forma planteada, como un ejercicio de lógica basado en la información que objetivamente se puede derivar de la solicitud, sea el signo solicitado y los productos o servicios que pretende distinguir, ya que el procedimiento de registro de signos distintivos se desarrolla en un ámbito formal, y no da pie para que se lleguen a demostrar las verdaderas cualidades o características que poseen los productos o servicios a que se refiere el signo propuesto, o sea, el juicio de veracidad sobre el planteamiento solamente se puede realizar a un nivel formal, lógico, y no mediante una demostración de verdad real, ya que no existe la forma de plantearlo en esta sede.

Entonces, si partimos del concepto de las palabras que conforman el signo solicitado, tal y como se analizó en líneas atrás, tenemos, que el vocablo “**DECAF**”, que es una abreviación de la expresión en inglés “**decaffeinated**”, que en el idioma español significa “**descafeinado**”, y que de acuerdo a lo manifestado por este Tribunal en párrafos anteriores, viene a convertirse en la designación de alguno de los productos que pretende distinguir con dicha marca, como son los que han sido señalados en negrita. No obstante, respecto a los otros productos que desea proteger, tales como los productos de: panadería, pastelería, crema, cereales para el desayuno, helados y comestibles, el signo propuesto también resulta engañoso o susceptible de causar confusión, ya que éstos no son descafeinados, siendo, que este signo, en razón de lo indicado y lo manifestado por el tratadista Manuel Lobato resulta engañoso, ya que los productos no están



ligados a dicho concepto, está presente el antagonismo necesario entre uno y otro para decretar la posibilidad de engaño o confusión, lo que hace factible la aplicación del inciso j) del artículo 7 de la Ley de Marcas.

**SEXTO. EN CUANTO A LO QUE DEBE SER RESUELTO.** Conforme a las consideraciones, citas normativas, de doctrina y jurisprudencia que anteceden, este Tribunal declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado José Paulo Brenes Lleras, en su condición de apoderado especial de la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas, cuarenta y tres minutos, treinta y dos segundos del siete de agosto del dos mil ocho, la que en este acto se confirma.

**SÉTIMO. 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 2 del Reglamento Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 30363-J del 2 de mayo de 20, se da por agotada la vía administrativa.

***POR TANTO***

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado José Paulo Brenes Lleras, en su condición de apoderado especial de la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas, cuarenta y tres minutos, treinta y dos segundos del siete de agosto del dos mil ocho, la que en este acto se confirma. Se da por agotada la vía administrativa. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán



TRIBUNAL REGISTRAL  
ADMINISTRATIVO

---

en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen, para lo de su cargo.- **NOTIFÍQUESE.-**

*Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez*

*M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde*

*Lic. Adolfo Durán Abarca*

*Lic. Luis Jiménez Sancho*

*M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora*



## **DESCRIPTORES**

**MARCA CON DESIGNACIÓN COMÚN**  
**TG. MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES**  
**TNR. 00.60.59**

**MARCA CON FALTA DISTINTIVA**  
**TG. MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES**  
**TNR. 00.60.69**

**MARCA DESCRIPTIVA**  
**TG. MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES**  
**TNR. 00.60.74**

**MARCA ENGAÑOSA**  
**UP. MARCA CONFUSA**  
**SIGNO CONFUSO**  
**TG. MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES**  
**TNR. 00.60.29**