



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente N° 2016-0160-TRA-PI



Solicitud de inscripción de la marca:

GEOPOST, apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente Origen N° 2015-9881)

Marcas y otros Signos Distintivos.


VOTO N° 706-2016

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.- San José, Costa Rica a las trece horas cuarenta y cinco minutos del ocho de setiembre de dos mil dieciséis.

Recurso de apelación presentado por la licenciada Maricela Alpízar Chacón, mayor, abogada, titular de la cédula de identidad número uno mil treinta y cinco quinientos cincuenta y siete, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la sociedad **GEOPOST**, sociedad organizada bajo las leyes de Francia, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas con veintiún minutos cincuenta y seis segundos del veintiocho de enero de dos mil dieciséis.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante memorial presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 13 de octubre de 2015, la licenciada Maricela Alpízar Chacón, de calidades y condición

indicadas anteriormente, presentó solicitud de registro de la marca de comercio  en clase 09 de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir: “*plataformas de*



programas (software) ”, en el ámbito del transporte y reparto aplicaciones de programas (software) programas (software), para el monitoreo de las operaciones de entrega de paquetería, programas (software) para rastrear el envío de paquetes, programas (software) de facturación, aplicaciones de programas (software), disponibles en teléfonos inteligentes y tabletas digitales para rastrear la entrega de paquetería; programas de computadora (software), escáneres, lectores de código de barras; teléfonos inteligentes, tabletas digitales, teléfonos y chips para computadoras.

Clase 16: Cartón y cajas de cartón, paquetes de cartón, envases de cartón, envases de plástico, a saber, cajas, paquetes, sobres y bolsas; Cajas de cartón o plástico para el transporte; revistas, diarios manuales, folletos.

Clase 35: Servicios de monitoreo computarizado de paquetería; servicios de administración de archivos en ordenadores para el rastreo de la entrega de paquetería; agencias de información comercial en el ámbito de entrega de paquetes; consultoría en mercadeo (marketing); servicios de administración de bases de datos, servicios de archivo de bases de datos de direcciones servicios de procesamiento electrónico de datos servicios para el rastreo de direcciones y rastreo de información; compilación de información en bases de datos.

Clase 39 Servicios de bodegaje a saber almacenamiento, distribución, embalaje y mudanza de paquetes y productos , servicios de envío y entrega especialmente retiro transporte y entrega de paquetes y cartas por diversos medios de transporte; servicios de envío transporte de productos y paquetes por aire , ferrocarril, fluvial, marítimo y carretera, servicios de envío y entrega, es decir, retiro, transporte y entrega es decir, retiro, transporte y entrega de encomiendas y correspondencia; servicios computarizados de rastreo y localización de paquetes y carga en tránsito en especial suministro de información automatizada sobre transporte y entregas nacionales e internacionales , suministro de información a terceros vía internet y teléfono sobre el estado del progreso del retiro y entrega ; servicios de corretaje de transporte ; servicios de suministro de información sobre transporte; servicios de logística para el transporte; servicios de suministro de paquetería en una red de comerciantes; servicios



de logística en el ámbito de entrega de paquetería y mensajería.

Clase 42: Servicios para el uso temporal de programas (software) para el transporte y logística de encomiendas; servicios de mantenimiento de programas (software) en el campo de la entrega de paquetería; servicios de almacenamiento de datos.”

SEGUNDO. Que mediante resolución de las 15:29:43 del 11 de enero de 2016 el Registro de la Propiedad Industrial admite la división marcaria solicitada por la apoderada de la sociedad **GEOPOST**, tramitando la clase 39 bajo este expediente número 2015-9881 y para las clases 9, 16, 35 y 42 para ser tramitadas en el expediente número 2016-222.

TERCERO. Que el Registro de la Propiedad Industrial, mediante la resolución dictada a las diez horas con veintiún minutos cincuenta y seis segundos del veintiocho de enero de dos mil dieciséis, dispuso: **“POR TANTO (...) SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada (...)”**.

CUARTO. Que inconforme con la citada resolución la licenciada Maricela Alpízar Chacón, en su condición de apoderada especial de la sociedad **GEOPOST**, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 2 de febrero de 2016, interpuso recurso de apelación, circunstancia por la cual conoce este Tribunal.

QUINTO. A la sustanciación del recurso se la ha dado el trámite que corresponde y no se han observado causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados o la invalidez de lo actuado.

Redacta la Jueza Ortiz Mora, 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 hechos con tal carácter, relevante para lo que debe ser resuelto, que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito el siguiente signo:



1.- **BOX CORREOS DE COSTA RICA** bajo el número de registro 213235, vigente desde el 28 de octubre de 2011 y hasta el 28 de octubre de 2021, para proteger y distinguir en clase 39: *”Brindar transporte, embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes, servicios de logística en el comercio nacional e internacional, incluye: transporte de mercancías por vía marítima, terrestre y/o aérea,, organización y provisión de las mercancías de sus clientes, incluyendo servicios complementarios, suministro de servicios aduanales como depositarios aduaneros, transportistas, empresa de entrega rápida Courier (servicio de entrega rápida) y demás relacionados con el servicio de transporte, embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes (f.17)*

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. No existen Hechos no Probados de relevancia para la resolución del presente asunto.

TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial rechazó la inscripción de la solicitud del signo que es únicamente un **“DISEÑO”** con fundamento en los literales a) y b) del artículo 8 de la Ley de Marcas y Otros Signos distintivos, por cuanto, según lo estimó dicho Registro, se trata de un término que contiene semejanzas gráficas, e ideológicas en relación con el signo inscrito **“BOX CORREOS DE CORREOS DE COSTA RICA (Diseño)**, bajo el número de registro 213235, denotándose la falta de distintividad en el signo propuesto. Siendo inminente el riesgo de confusión en el consumidor al coexistir dichas marcas en el comercio, se estaría afectando el derecho de elección del consumidor y socavando el esfuerzo de los empresarios por distinguir sus productos a través de signos marcarios creativos.

CUARTO. SOBRE LOS ALEGATOS DEL APELANTE. Por su parte el apelante en su escrito de agravios indicó, que los signos contrapuestos no solo son diferentes en cuanto a la disposición de colores de cada uno de ellos, sino en el diseño en sí. Indica que la marca de su



representada es de color rojo y de tres líneas blancas gruesas, que le da una imagen tridimensional, mientras que la marca registrada además de que sus colores son diferentes, se trata de una caja sin ninguna distintividad, la cual va acompañada por su elemento preponderante BOX CORREOS DE COSTA RICA, indicando al consumidor el origen empresarial, razón por la cual, se elimina cualquier presunción de asociación empresarial. Solicita se admita el recurso de apelación.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. RESPECTO DE LA SIMILITUD ENTRE SIGNOS MARCARIOS Y EL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD. En el presente caso este Tribunal estima que lleva razón el Registro de la Propiedad Industrial, al denegar la solicitud de inscripción del signo solicitado. De conformidad con los artículos 8 y 14 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, en relación con el 24 de su Reglamento, Decreto Ejecutivo número 30233-J de 20 de febrero de 2002, publicado en el Diario Oficial La Gaceta en fecha 4 de abril de 2002, 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, y ésta es la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular, que tiene como corolario, la protección que se despliega, con el uso de esa marca, en relación con las marcas de productos similares; es decir, que ese derecho exclusivo del titular de una marca registrada, le faculta para impedir que terceros utilicen su marca o una marca similar, susceptible de crear confusión en productos similares. Por ello, entre menos aptitud distintiva posea un signo, mayor será la probabilidad de confusión, toda vez que la semejanza entre los signos puede inducir a los consumidores a error en cuanto a la procedencia o el origen de los productos que adquiere. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre productos y servicios para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador y, por ende, no sería posible dar protección al signo solicitado.

Bajo esta tesitura, las marcas se protegen, porque resulta necesario brindar a los consumidores una orientación que les facilite examinar las alternativas que existen en el mercado, y elegir entre los productos de una misma categoría o naturaleza, identificándolos en atención a su



origen, calidad o prestigio. Al permitir que el consumidor pueda seleccionar entre varios productos o servicios similares, las marcas incentivan a su titular, a mantener y mejorar la calidad de los productos que vende o los servicios que presta, para continuar satisfaciendo las expectativas de los consumidores, “...pues es indudable que el hecho de que se utilicen los diversos signos distintivos para indicar la procedencia empresarial y la calidad de los productos o servicios a los cuales se aplican, hace que tales signos se constituyan en un mecanismo para condensar la fama o el prestigio adquirido...” (FLORES DE MOLINA, Edith, Introducción a la Propiedad Intelectual–Módulo I, Proyecto de Propiedad Intelectual SIECA/USAID, Abril de 2004, p. 17).

El riesgo de confusión se produce, en principio, cuando dos signos, por diferentes motivos, se confunden, perjudicando tanto al consumidor como al comerciante, pudiéndose producir ese riesgo de confusión en tres campos: el visual; el auditivo; y el ideológico, y ello por las eventuales similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, respectivamente. En resumen: la legislación marcaria, lo que quiere es evitar la confusión, por lo que no debe registrarse la marca que genere algún significativo riesgo de confusión en el público; y el fundamento de esto es el derecho del titular a la individualización de su producto, servicio o establecimiento, y por el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

En el caso concreto y entrando en el cotejo marcario, se observa que, el signo solicitado es

figurativo, siendo el distintivo solicitado:  y el inscrito:  de tipo mixto.

Tal y como se puede observar entre los signos, existe similitud gráfica e ideológica. El elemento preponderante es el cubo.



Ha sido criterio reiterado de este Tribunal, que la claridad y alcances que expone la normativa marcaria exigen la denegatoria de un signo, cuando éste sea idéntico o similar a otro anterior, perteneciente a un tercero y que genere en los consumidores un riesgo de confusión en cuanto al origen empresarial de sus productos o servicios.

En este sentido, el artículo 8 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos N° 7978, determina en forma clara que ningún signo, podrá ser registrado como marca, cuando ello afecte algún derecho de terceros por encontrarse en alguno de los supuestos contenidos, entre otros, en los incisos a): si el signo es idéntico o similar a otro ya registrado o en trámite de registro por un tercero y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor. Y en el inciso b): cuando dichos productos o servicios sean diferentes pero susceptibles de ser asociados con los distinguidos por el signo inscrito con anterioridad.

Y es que, al ser la finalidad de una marca lograr la individualización de los productos o servicios que distingue, se evita que pueda provocar alguna confusión, con lo que se protege no sólo al consumidor, sino también al empresario titular de signos similares dentro del mismo giro comercial.

De lo anterior deriva que, aunque los signos en sí mismos tengan algún grado de similitud, si los productos o servicios que protegen son totalmente diferentes, no se incluyen dentro del cotejo porque basta que esas marcas no se confundan porque protegen productos o servicios totalmente disímiles y el consumidor al verlas no las relacione. En estos casos se aplica el **principio de especialidad** contenido en el artículo 89 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. Este principio establece que pueden existir en el mercado signos inscritos iguales o similares, pero protegiendo productos o servicios totalmente disímiles, que no sean susceptibles de ser relacionados.

Sobre el **Principio de Especialidad**, este Tribunal, dentro de otros, en el **Voto No. 813-2011**, de las 10:30 horas del 11 de noviembre de 2011, afirmó:



“...el **Principio de Especialidad**, éste supone que los derechos que confiere la inscripción de una marca sólo se adquieren con relación a los productos o servicios para los que hubiere sido solicitada, y que funciona como una limitación a los derechos del propietario de la marca, los cuales **quedan reducidos a un determinado sector de servicios o productos respecto del cual el titular tiene especial interés en obtener la protección** emergente del registro de un signo marcario. De tal suerte, la consecuencia más palpable de este principio es que **sobre un mismo signo pueden recaer dos o más derechos de marca autónomos, pertenecientes a distintos titulares, pero eso sí, siempre que cada una de esas marcas autónomas sea utilizada con relación a una clase o variedad diferente de productos o servicios, porque como consecuencia de esa diferencia, no habría posibilidad de confusión sobre el origen o la procedencia de los tales productos o servicios**. En resumen, (...), una marca no podrá impedir el registro de otras idénticas que amparen productos o servicios **inconfundibles**.

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 se relacionen o 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, toda vez que la marca solicitada pretende proteger en clase 39: *“Servicios de bodegaje a saber almacenamiento, distribución, embalaje y mudanza de paquetes y productos , servicios de envío y entrega especialmente retiro transporte y entrega de paquetes y cartas por diversos medios de transporte; servicios de envío transporte de productos y paquetes por aire , ferrocarril, fluvial, marítimo y carretera, servicios de envío y entrega, es decir, retiro, transporte y entrega es decir, retiro, transporte y entrega de encomiendas y correspondencia; servicios computarizados de rastreo y localización de paquetes y carga en tránsito en especial suministro de información automatizada sobre transporte y entregas nacionales e internacionales , suministro de información a terceros vía internet y teléfono sobre el estado del progreso del retiro y entrega ; servicios de corretaje de transporte ; servicios de suministro*



de información sobre transporte; servicios de logística para el transporte; servicios de suministro de paquetería en una red de comerciantes; servicios de logística en el ámbito de entrega de paquetería y mensajería” y la marca inscrita en clase 39: internacional “Brindar transporte, embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes, servicios de logística en el comercio nacional e internacional, incluye: transporte de mercancías por vía marítima, terrestre y/o aérea,, organización y provisión de las mercancías de sus clientes, incluyendo servicios complementarios, suministro de servicios aduanales como depositarios aduaneros, transportistas, empresa de entrega rápida Courier (servicio de entrega rápida) y demás relacionados con el servicio de transporte, embalaje y almacenaje de mercancías; organización de viajes.”

Por lo anterior, no resulta aplicable en este análisis el principio de especialidad porque los servicios a que se refieren las marcas en pugna son de una misma naturaleza y por ello son susceptibles de ser asociados. No existe entre ellos una brecha diferenciadora que los haga inconfundibles. Todo lo contrario, el consumidor no podría diferenciarlos e individualizarlos de los protegidos por la marca inscrita.

En razón de ello, efectivamente se puede confundir al consumidor, quien podrá incurrir en el error de considerarlos provenientes del mismo origen empresarial y eso es precisamente lo que debe evitarse en defensa del signo inscrito.

En cuanto a los agravios, se debe señalar, que no lleva razón la apelante al indicar que los signos contrapuestos no solo son diferentes en cuanto a la disposición de colores de cada una de ellas, sino en el diseño en sí, indica que la marca de su representada es de color rojo y de tres líneas blancas gruesas, que le da una imagen tridimensional, mientras que la marca registrada además de que sus colores son diferentes, se trata de una caja sin ninguna distintividad, la cual va acompañada por su elemento preponderante BOX CORREOS DE COSTA RICA, indicando al consumidor el origen empresarial, por lo que se elimina cualquier presunción de asociación empresarial. Al respecto se debe señalar que el elemento preponderante es el cubo; el consumidor no hará la diferencia de que se trata de cubos de



diferente color. Este elemento no viene a provocar una diferenciación entre una y otra marca, básicamente dentro del cotejo es un elemento secundario. El consumidor de ambos signos pedido e inscrito al ver el cubo y que ambos protegen servicios idénticos creerá que se trata de la misma marca, por lo que incurriría en riesgo de confusión y asociación empresarial.

SEXTO. Conforme a las consideraciones, citas normativa y doctrina expuestas, este Tribunal concluye, que la marca pretendida incurre en la prohibición contemplada en los incisos a) y b) del artículo 8 y párrafo primero del numeral 25 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que impiden la inscripción de una marca susceptible de ser asociada o relacionada a otros signos inscritos, al punto de crear confusión entre los consumidores y competidores. Por lo que resulta procedente declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la licenciada Maricela Alpízar Chacón, en su condición de apoderada especial de la sociedad **GEOPOST**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas con veintiún minutos cincuenta y seis segundos del veintiocho de enero de dos mil dieciséis, la que en este acto se confirma, para que el Registro deniegue la inscripción de la marca solicitada.

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

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones y citas normativas que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la licenciada Maricela Alpízar Chacón, en su condición de apoderada especial de la sociedad **GEOPOST**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas con veintiún minutos cincuenta y seis



segundos del veintiocho de enero de dos mil dieciséis, la que en este acto se confirma, para que el Registro deniegue la inscripción de la marca solicitada. 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

Leonardo Villavicencio Cedeño

Ilse Mary Díaz Díaz

Jorge Enrique Alvarado Valverde

Guadalupe Ortiz Mora



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

DESCRIPTORES

MARCAS INADMISIBLE POR DERECHO DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA POR TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33.