



## **RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**Expediente No. 2009-0071-TRA-PI**

**Oposición a inscripción de la marca de comercio “VOLIO (DISEÑO)”**

**GRUPO CAFÉ BRITT S.A., apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen N°2002-003959)**

**Marcas y Otros Signos**

### ***VOTO N° 812 -2009***

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José Costa Rica, a las nueve horas con diez minutos del treinta de julio del dos mil nueve.**

Recurso de apelación interpuesto por la Licenciada **Karla Villalobos Wong**, mayor, soltera, Bachiller en Derecho, vecina de Sabana Oeste, titular de la cédula número uno-mil treinta y seis-trescientos setenta y cinco, en su condición de apoderada especial de la empresa **GRUPO CAFÉ BRITT SOCIEDAD ANÓNIMA**, cédula de persona jurídica número tres-ciento uno-ciento cincuenta y tres mil novecientos cinco, contra la Resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, a las once horas y veintiún minutos del dieciocho de setiembre de dos mil ocho.

#### **RESULTANDO**

**PRIMERO:** Que mediante el memorial presentado el doce de junio del dos mil dos, ante el Registro de la Propiedad Industrial, visible a folio uno del expediente administrativo levantado al efecto, el señor Giancarlo Bombardelli Cozza, administrador de empresas, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número uno-ochocientos veinticinco, ciento setenta y cinco, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de la empresa **CAFÉ VOLIO SOCIEDAD ANÓNIMA**, sociedad constituida bajo las leyes de la República de



Costa Rica, con establecimiento administrativo y comercial situado en Curridabat, San José, del Cementerio cuatrocientos metros al oeste, formuló la solicitud de inscripción de la marca de comercio “**VOLIO** en **clase 30** de la Nomenclatura Internacional, para proteger y distinguir, empaques para café.

**SEGUNDO:** Que mediante resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, de las nueve horas treinta y tres minutos veintiún segundos del veinticuatro de octubre de dos mil dos, visible a folios 18 y 19 del expediente se deja en suspenso la solicitud del distintivo Volio (Diseño), contenida en el expediente 2002-3959, por encontrarse en trámite traspaso desde el 09 de julio de 2002.

**TERCERO:** Que mediante escrito presentado por la apoderada especial de la empresa Grupo Café Britt Sociedad Anónima, visible a folios 321 a 326 del expediente administrativo, interpone oposición en contra de la solicitud de registro presentada por el señor Giancarlo Bombardelli Cozza, apoderado generalísimo sin límite de suma de la sociedad CAFÉ VOLIO, S.A, argumentando que el nuevo empaque Volio (diseño), es cuasi –idéntico al empaque tradicional verde Café Britt, indicando además que el empaque tradicional verde Café Britt, está siendo usado en el mercado y ha adquirido notoriedad en el mercado costarricense.

**CUARTO:** La Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, mediante la Resolución dictada a las once horas y veintiún minutos del dieciocho de setiembre del dos mil ocho, visible a folios 311 a 319, del expediente administrativo, resolvió declarar sin lugar la oposición interpuesta por la apoderada de GRUPO CAFÉ BRITT, S.A. de esta plaza, contra la solicitud de inscripción de la marca “CAFÉ VOLIO (DISEÑO)”, clase 30 internacional, presentada por CAFÉ VOLIO, S.A.



**QUINTO:** Que inconforme con dicho fallo, la Licenciada Karla Villalobos Wong, en representación de la sociedad **GRUPO CAFÉ BRITT SOCIEDAD ANÓNIMA**, interpuso, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial, el veintiuno de octubre de dos mil ocho, recurso de apelación, solicitando se declare con lugar la oposición planteada, y se proceda a rechazar el registro de la marca “VOLIO (DISEÑO), CL. 30, solicitada por CAFÉ VOLIO SOCIEDAD ANÓNIMA.

**SEXTO:** Que a la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde, y no se han observado causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados, o la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución dentro del plazo legal y previas las deliberaciones de rigor.

**Redacta el Juez Alvarado Valverde, y;**

### **CONSIDERANDO**

**PRIMERO: EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.**

**PRIMERO. HECHOS PROBADOS.** Este Tribunal enlista los siguientes:

Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentran inscritas, las siguientes marcas a favor de **GRUPO CAFÉ BRITT S.A** (Ver folios 339 al 344 del expediente administrativo).

- 1- La marca” **EXPORT RESERVE CAFÉ BRITT**”, en clase 30 internacional para proteger café y sucedáneos del café.
- 2- La marca “**RESERVA EXPORTACION CAFÉ BRITT**”, en clase 30 internacional para proteger café y sucedáneos del café.
- 3- Que la marca de fábrica” **CAFÉ BRITT**“, se encuentra en trámite de inscripción desde el



23 de agosto de 2002, con reserva de colores verde, blanco, negro y dorado. (Visible a folios 345 a 357 del expediente administrativo).

**SEGUNDO: EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** No existen hechos no probados para la resolución de este asunto.

**TERCERO: SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. ACERCA DE LA RESOLUCIÓN APELADA Y LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR LA PARTE APELANTE.** En el caso concreto, la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, declara sin lugar la oposición planteada, ello por cuanto en el Considerando Cuarto de la resolución venida en alzada, establece que analizadas en forma conjunta y global, el signo solicitado “**CAFÉ VOLIO (DISEÑO)**”, en clase 30 internacional por la empresa **CAFÉ VOLIO S.A.**, y los signos inscritos “**CAFÉ BRITT( DISEÑO ESPECIAL)**”, en clase 30 internacional, propiedad de la empresa oponente **GRUPO CAFÉ BRITT S.A.**, no se advierte que exista confusión entre ellos, capaz de provocar errores entre los consumidores, dado que poseen elementos diferenciadores desde el punto de vista figurativo, por lo que es posible su coexistencia registral.

Que mediante memorial presentado por la apoderada especial de la empresa Grupo Café Britt Sociedad Anónima, interpone oposición en contra de la solicitud de registro presentada por el señor Giancarlo Bombardelli Cozza, apoderado generalísimo sin límite de suma de la sociedad **CAFÉ VOLIO, S.A**, argumentando que el nuevo empaque Volio (diseño), es cuasi –idéntica al empaque tradicional verde Café Britt, indicando además que el empaque tradicional verde Café Britt, está siendo usado en el mercado y ha adquirido notoriedad en el mercado costarricense.

Por su parte, los alegatos sostenidos por la representante de la empresa recurrente, señala que la marca de su representada **VOLIO (Diseño)** no tiene ninguna similitud con la marca Britt y



que las comparaciones que realiza la opositora rayan en lo absurdo al pretender derechos sobre elementos que resultan genéricos o de uso común en el comercio para múltiples productos alimenticios, además alega que el color verde es un color de uso común tanto en Costa Rica como en otros mercados para identificar café de exportación, razón por la cual argumenta que la opositora pretende derechos exclusivos sobre un color que es utilizado para identificar empaques de café, no sólo en Costa Rica, sino en otras partes del mundo.

**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 los 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 atenerse a la impresión de conjunto que despierten ambos signos, sin desmembrarlos; analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro); y tener en consideración las semejanzas y no las diferencias entre los signos en conflicto. De esto se deduce, que el cotejo marcario es el



método que debe seguirse para saber si dos signos son confundibles por las eventuales similitudes que hubiere entre ellos. Desde esta perspectiva cabe resumir, entonces, que el **cotejo marcario** se integra por el derecho del titular de un signo a la individualización de su producto 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<sup>a</sup> inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. Como puede observarse, el contenido de la norma citada, es clara, en el sentido, de que no es registrable un signo cuando sea idéntico o semejante con otro ya inscrito, y que los productos que uno y otro distinguan sean también idénticos o semejantes, toda vez que la misión de la marca está dirigida a distinguir productos o servicios de otros, haciendo posible que el consumidor los diferencie sin que se confunda. Consecuentemente, el Registro de la Propiedad Industrial resguarda los derechos del titular desde el instante en que le otorga el registro de la marca, y aún antes, cuando está en trámite, así, como el derecho exclusivo a los productos o servicios protegidos con ese signo.

La emisión de un criterio que afirme o niegue la identidad y/o similitud entre dos signos distintivos, debe de basarse en un estudio del conjunto de los elementos que conformen a ambos signos, y siempre debe tener como norte el establecer la posibilidad o no de que se dé confusión en el público consumidor, ya que 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 en tres campos: el visual; el auditivo y el ideológico, y ello por las eventuales similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, respectivamente.

**QUINTO: COTEJO DE LA MARCAS ENFRENTADAS.** El registro de un signo distintivo



debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que resulta cuando entre dos o más signos se presentan similitudes fonéticas, gráficas o ideológicas, originando así un riesgo de confusión, de forma que, al realizar el cotejo gráfico, se verifican las similitudes que pueden provocar una confusión visual, tales como las semejanzas ortográficas o las gráficas; con el cotejo fonético, se verifican las similitudes auditivas y, con el cotejo ideológico, se tiene en consideración el significado intrínseco de las palabras. Al respecto, el tratadista Manuel Lobato, trata el cotejo marcario, de la siguiente manera:

*“La semejanza fonética se centra en el parecido de los signos enfrentados en cuanto a su expresión verbal...La semejanza gráfica se refiere a la expresión visual de los signos y la semejanza conceptual se asocia al parecido que suscitan los signos en cuanto a las connotaciones que suponen”* (LOBATO, Manuel, **Comentarios a la Ley 17/2001 de Marcas, Primera Edición, CIVITAS Ediciones, España, 2001, pág. 282**).

Ahora bien, es importante tomar en cuenta en estos casos de eventual similitud entre signos, la relación existente entre estos y los productos que protegen; esto pues cuando los **signos** sean idénticos o muy semejantes mayor deberá ser la diferenciación exigible entre productos y servicios a los que se aplican, de igual manera cuando los **productos** sean idénticos o muy semejantes mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados.

En este cotejo entre signos y productos, un factor importante más no determinante es la aplicación del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, mediante el cual puede evaluarse si los signos cotejados no solo enfrentan semejanzas de índole gráfico, fonético o ideológico entre si, sino que además, pueden ser signos que a su vez protejan o pretendan proteger productos o servicios que una vez puestos en el mercado estén relacionados por alguna situación propia de la ubicación de los productos o servicios dentro del mercado.



En aplicación de lo anterior, el hecho de que los productos o servicios cotejados formen parte de una misma clasificación del nomenclátor internacional, es solamente un indicio de que existe una posibilidad de confusión entre los signos enfrentados; no obstante, tal estudio no concluye hasta tanto no se realice una evaluación más profunda en la que se excluya la posible relación entre productos o servicios entre otras razones: por ser productos o servicios cuyos canales de comercialización o distribución sean compartidos; por ser productos o servicios complementarios, sustitutos o de uso conjunto; por ser productos o servicios que van dirigidos al mismo sector pertinente de consumidores; todos criterios que en cada caso deben ser analizados según el mercado o sector del mismo dentro del cual se aplican.

El anterior planteamiento tiene sustento jurídico en el artículo 24 del Reglamento de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo No. 30233-J del 20 de febrero de 2002, que dispone:

*Artículo 24.- Reglas para calificar semejanza. 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...”*

*( lo destacado en negrilla no es del texto original).*

En razón de lo expuesto, debe la mayoría de este Tribunal aplicar los elementos antes apuntados, para poder cotejar si entre los

### **SIGNOS INSCRITOS: “CAFÉ BRITT” (DISEÑO ESPECIAL)**

**Clase 30**

**REGISTRO NOS. 116753 y 116758**

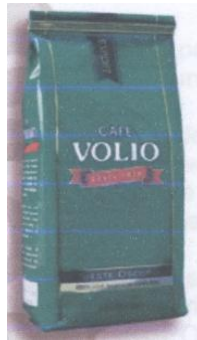


**Para proteger y distinguir café  
sucedáneos del café**



## SIGNO SOLICITADO

### Clase 30 para proteger y distinguir empaques para café



existe alguna identidad o similitud entre ellas. Debemos iniciar indicando que, la emisión de un criterio que afirme o niegue la identidad y/o similitud entre dos o más signos distintivos, debe de basarse en un estudio del conjunto de los elementos que conformen a tales signos, y siempre debe tener como norte, el establecer la posibilidad o no de que se dé confusión en el público consumidor.

Así las cosas, en el presente caso, este Tribunal considera que las marcas enfrentadas son mixtas, por cuanto están compuestas por un grupo de letras, colores y un diseño, la marca inscrita se compone de un diseño con fondo de color verde, incorporándose a este el vocablo “CAFÉ BRITT” que como puede apreciarse de la documentación que consta en autos, la palabra “CAFÉ” se encuentra ubicado en la parte superior, por el contrario la expresión “BRITT” está colocado en la parte inferior, ambas palabras con letras color dorado, conformado por un círculo compuesto por la locución “RESERVA DE EXPORTACIÓN” divididas por dos ramitas de café, y la letra “B” que está dentro de la frase mencionada. Por su parte, el signo pretendido está conformado por un empaque de fondo verde, el cual tiene un óvalo color verde, en cuyo fondo verde, hay una rama de mata de café en relieve. En la parte superior del óvalo dice “CAFÉ” y en la parte inferior del óvalo dice **De Costa Rica**, atravesado este óvalo por el centro con las palabras “CAFÉ VOLIO”, en color blanco, debajo



de la palabra “**VOLIO**” una cinta color rojo más oscuro con un borde en dorado y dentro de esa cinta dice “**DESDE 1938**”, en color dorado, haciendo la respectiva reserva de colores indicados. En la parte superior del empaque una franja negra ancha con dos líneas negras a los costados más angostas; para proteger con ella la fabricación, venta y distribución de café de todo tipo para consumo nacional e internacional.

Por lo que al aplicar a los signos referidos el cotejo gráfico, vemos que la marca solicitada cuenta con una serie de elementos que generan un grado de aptitud distintiva, además, el empaque en si mismo con la respectiva denominación “**VOLIO**” puede subsistir como marca en el comercio, de ahí, que no es factible el riesgo de confusión entre los consumidores, por lo que no resulta de recibo lo señalado por la empresa apelante, cuando destaca en su escrito de apelación, que el consumidor puede incurrir en error, por la semejanza de las marcas en conflicto, y en consecuencia hay riesgo de confusión en el consumidor medio, ello, no es posible, por cuanto como lo indicáramos anteriormente, la marca solicitada es un empaque, el cual introduce un diseño, en el que se incorpora una serie de elementos que permiten su diferenciación en lo concerniente a las marcas inscritas. Como puede apreciarse, la empresa apelante, insiste en el hecho de querer hacer ver a este Tribunal la existencia de una similitud y riesgo de confusión, que para este Tribunal no resultan palpables a la vista de un consumidor promedio de café, ya que las marcas inscritas y la solicitada tienen elementos suficientes que las hace diferentes una de la otra, ello, a pesar de que los signos enfrentados se dedican a la comercialización de un mismo producto, tal y como lo es el “café”.

De acuerdo con lo anterior, cabe reiterar, que el inciso e) del artículo 24 del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, dispone: *“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 pueda existir la posibilidad o relación entre ellos”*, de ahí, que este Tribunal considera, que el consumidor que va adquirir “café”, en nuestro mercado costarricense, por lo general se trata de una persona que está informada e



incluso bien definida con respecto a la marca de café que desea adquirir, siendo, que no va a confundir la marca “CAFÉ BRITT” con la marca referente a un empaque para introducir “café” empaque en el que se incorpora entre las expresiones la palabra “CAFÉ VOLIO”, y otros vocablos.

Considera este Tribunal, que en el presente caso, nos enfrentamos a lo que se conoce como una marca débil, en el sentido de que el apelante pretende hacerse del uso exclusivo de una disposición de colores y de accesorios propios, de cualquier empaque de uso normal y común en el mercado de café, siendo todos estos elementos alegados como propios o exclusivos, de uso común en el mercado, no así la parte denominativa de cada signo de los cotejados, los cuales son totalmente distintivos, y se enfrentan en el mercado.

De lo anterior, puede apreciarse desde un punto de vista grafico, que los signos cotejados, son en términos ortográficos prácticamente diferentes y en su diseño, por lo que no provocan confusión de índole visual.

Derivado de lo anterior, desde el punto de vista fonético, los signos enfrentados no presentan en sus elementos preponderantes ninguna sonoridad que los asimile.

Así, y siguiendo lo expuesto hasta ahora, tenemos que la marca inscrita y la solicitada van a identificar el producto denominado “café”, sin embargo, cabe reiterar que no existen semejanzas, por tanto, su coexistencia en el mercado no lleva a error al público consumidor, ya que cada uno de los signos cuenta con elementos propios que los hacen obtener aptitud distintiva. Tenemos entonces, que el consumidor “Tomador de Café Britt” distinguido por la marca “CAFÉ BRITT (DISEÑO), y producido por la empresa **Grupo Café Britt Sociedad Anónima**, no va a confundirlo con la marca de empaque “CAFÉ VOLIO” y sus restantes diseños, elaborado por la empresa **Café Volio Sociedad Anónima**, ya que los diseños son claros, precisos y tiene diferentes matices, por lo que el color verde de la marca inscrita y



solicitada no va a desvirtuar la elección de una marca por otra, ya que las marcas en su conjunto son diferentes, por consiguiente, y a pesar, que los canales de distribución son los mismos, y los lugares en que se encuentran ubicados en los supermercados, también es el mismo, no va a existir riesgo de confusión, ello, como consecuencia de los diferentes elementos que conforman las marcas en cuestión, y porque el sector pertinente de consumidores de café, está informado respecto del producto con suficiente definición respecto de sus preferencias.

**SEXTO:** Otro aspecto a destacar, es el hecho de que la empresa apelante, en su escrito de apelación arguye lo correspondiente al derecho de prelación o principio de prioridad “**prior tempore, priore iur**”, **primero en tiempo, primero en derecho**, ello, en el sentido de que **CAFÉ BRITT** tiene mejor derecho frente a **CAFÉ VOLIO** ya que ha venido utilizando ese empaque tradicional verde desde hace unos veinte años, fundamentando que los registros números 116758 y 116753, demuestran que como antecedente registral que su representada desde 1999, había pretendido registrar este empaque, sin embargo el examinador a la hora de realizar el cotejo, dejó de lado el empaque solicitado mediante expediente número 2002-0005731.

Respecto del anterior alegato, debe entenderse que la prelación planteada debe entenderse para resolver colisiones entre dos signos idénticos o similares para bienes iguales o parecidos, cuya coexistencia pueda causar confusión; situación que no es pertinente en el caso que nos ocupa, ya que como se ha reiterado en líneas atrás, los signos no son semejantes, ni idénticos, a efecto de impedir el trámite de inscripción de la marca solicitada.

**SÉTIMO. EN CUANTO A LO QUE DEBE SER RESUELTO.** De conformidad con las consideraciones expuestas, citas legales, de doctrina que anteceden, este Tribunal considera que lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación presentado por la Licenciada Karla Villalobos Wong, en su condición de apoderada especial de la empresa **GRUPO CAFÉ**



**BRITT SOCIEDAD ANÓNIMA**, en contra de la Resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial a las once horas y veintiún minutos del dieciocho de setiembre de dos mil ocho, la cual se confirma.

**OCTAVO. 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, y 2º del Reglamento Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo (Decreto Ejecutivo N° 30363-J del 2 de mayo de 2002), se da por agotada la vía administrativa.

***POR TANTO***

Con fundamento en las consideraciones, citas normativas y de doctrina que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la Licenciada Karla Villalobos Wong, en su condición de apoderada especial de la empresa **GRUPO CAFÉ BRITT SOCIEDAD ANÓNIMA**, en contra de la Resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial a las once horas y veintiún minutos del dieciocho de setiembre de dos mil ocho, la cual se confirma. Se da por agotada la vía administrativa. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFÍQUESE.**

***M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde***

***Lic. Adolfo Durán Abarca***

***M.Sc. Priscilla Loretto Soto Arias***

***Lic. Luis Jiménez Sancho***

***M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora***