



**Expediente No. 2016-0317-TRA-PI**

**Solicitud de registro de la marca de fábrica y comercio: “BRONCO FRESH”**

**DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS NATURALES Y NUTRICIONALES S.A. DE C.V., Apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen No. 11833-2015)**

**Marcas y otros signos distintivos**

## ***VOTO N° 918-2016***

***TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las diez horas con cincuenta y cinco minutos del diecisiete de noviembre de dos mil dieciséis.***

***Recurso de Apelación*** interpuesto por la licenciada **Giselle Reuben Hatounian**, mayor, divorciada, abogado, vecina de Escazú, titular de la cédula de identidad número 1-1055-0703, en su condición de apoderada especial de la empresa **DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS NATURALES Y NUTRICIONALES S.A. DE C.V.**, organizada y existente bajo las leyes de México, domiciliada en Manuel Ávila Camacho #44-A, Col. Santa María Aztahuacan, México D.F., C.P. 09570., en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las 12:22:59 horas del 30 de marzo de 2016.

### ***RESULTANDO***

**PRIMERO.** Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 09 de diciembre de 2015, la licenciada **Giselle Reuben Hatounian**, de calidades y en su condición antes citada, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio **“BRONCO FRESH”**, en **Clase 05** de la clasificación internacional, para proteger y distinguir: *“productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; y alimentos y sustancias dietéticas para uso médico veterinario, alimento para, bebés, complementos*



*alimenticios para personas o animales; emplastos, materia para apósitos, material para empastes e improntas dentales, desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas”.*

**SEGUNDO.** Que mediante resolución dictada a las 12:22:59 horas del 30 de marzo de 2016, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso, en lo conducente, lo siguiente: “... **POR TANTO** / *Con base en las razones expuestas ... SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada. ...*”

**TERCERO.** Que inconforme con la resolución mencionada la licenciada **Giselle Reuben Hatounian**, de calidades y en su condición citada, interpuso el 07 de abril de 2016 en tiempo y forma el recurso de apelación, expresó agravios y además solicitó la limitación de productos en clase 05, para proteger y distinguir: “*jarabes, pastillas, té, ungüentos, auxiliares en el tratamiento de las vías respiratorias*” (ver folios 36 vuelto y 37).

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

**Redacta la juez 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 hechos de tal carácter relevante para lo que debe ser resuelto, lo siguientes:

1. Que en el Registro de la propiedad Industrial, se encuentra inscrita desde el 13 de abril de



- 2004 y vigente hasta el 13 de abril de 2024, la marca de comercio bajo el registro número **146545**, en **clase 05** internacional, propiedad de la empresa **AGRICENTER, S.A.**, la cual protege y distingue: *“Funguicidas, pesticidas, nomaticidas, insecticidas”* (ver folios 17 y 18 del legajo de apelación).
2. Que en el Registro de la propiedad Industrial, se encuentra inscrita desde el 09 de mayo de 2008 y vigente hasta el 09 de mayo de 2018, la marca de fábrica **“Bronco Norm”**, bajo el registro número **174252**, en **clase 05** internacional, propiedad de la empresa **CORPORACIÓN SATTVA VITA, S.A.**, la cual protege y distingue: *“Productos naturales con forma farmacéutica de uso humano, para descongestionar las vías respiratorias y mejorar el funcionamiento broncopulmonar”* (ver folios 19 y 20 del legajo de apelación).
  3. Que en el Registro de la propiedad Industrial, se encuentra inscrita desde el 25 de julio de 2008 y vigente hasta el 25 de julio de 2025, la marca de fábrica **“BRONCO-MED ANTITUSIVO”**, bajo el registro número **177999**, en **clase 05** internacional, propiedad de la empresa **Laboratorios Teramed, S.A. de C.V.**, la cual protege y distingue: *“Producto farmacéutico antitusivo, antihistamínico y descongestionante”* (ver folio 20 del legajo de apelación).
  4. Que en el Registro de la propiedad Industrial, se encuentra inscrita desde el 27 de octubre de 2015 y vigente hasta el 27 de octubre de 2025, la marca de fábrica y comercio



, bajo el registro número **247577**, en **clase 05** internacional, propiedad de la empresa **AGRICENTER, S.A.**, la cual protege y distingue: *“Jarabes, productos farmacéuticos y veterinarios”* (ver folios 21 y 22 del legajo de apelación).

5. Que en el Registro de la propiedad Industrial, se encuentra inscrita desde el 17 de junio de



2008 y vigente hasta el 17 de junio de 2018, la marca de comercio bajo el registro número **176494**, en **clase 05** internacional, propiedad de la empresa **EL EDEN NATURAL, S.A.**, la cual protege y distingue: *“Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectantes, productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas”* (ver folios 23 y 24 del legajo de apelación).

**SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** No existen hechos de esta naturaleza que incidan en la resolución del presente asunto por este Tribunal.

**TERCERO. SOBRE LA RESOLUCIÓN APELADA Y LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR LA PARTE APELANTE.** En el caso concreto, se está solicitando la marca de fábrica y comercio: **“BRONCO FRESH”**, para proteger y distinguir: *“jarabes, pastillas, té, ungüentos, auxiliares en el tratamiento de las vías respiratorias”*, en **clase 05**.



El Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución de las 12:22:59 horas, del 30 de marzo del 2016, basándose en los artículos 7 inciso j) y 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, rechazó la inscripción de la solicitud del signo “**BRONCO FRESH**”, para la **clase 05**, por considerar que corresponde a una marca inadmisibles por derechos de terceros y al coexistir la marca solicitada en el comercio se afectaría el derecho de elección del consumidor y el esfuerzo de los empresarios por distinguir sus productos a través de signos marcarios distintivos.

Por su parte, la representante de la empresa recurrente en su escrito de apelación, solicitó la limitación de los productos para proteger y distinguir a: *“jarabes, pastillas, tés, ungüentos, auxiliares en el tratamiento de las vías respiratorias”*, en **clase 05**. Dentro de sus agravios manifestó, que en cuanto al cotejo marcario realizado por el Registro de la Propiedad Industrial, entre los signos en disputa, no existe engaño, ya que el vocablo “**BRONCO**” podría ser un término de fantasía. De modo alguno “**BRONCO**” significa “bronquios” tal como lo indica el Registro, además, al existir cinco marcas inscritas de distintos titulares y los productos que protegen y distinguen son en la misma clase 05, pero sus productos son diferentes entre sí, comercializándose en distintos canales y para consumidores distintos, puede perfectamente la marca solicitada acceder a la registración.

**CUARTO. DELIMITACIÓN DEL ASUNTO A DILUCIDAR.** Como la base del rechazo del registro fue rechazar la presente inscripción marcaria, por las similitudes entre uno y otro signo, se podría provocar un riesgo de confusión o un riesgo de asociación entre los consumidores y verse afectado el esfuerzo de los empresarios de diferenciar sus productos a través de signos marcarios distintivos, por tal razón corresponde que este Tribunal se avoque al *cotejo integral (gráfico, fonético e ideológico)* de las marcas contrapuestas, con el propósito de determinar su eventual coexistencia, conforme a lo dispuesto en los artículos 8° y 14 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos No. 7978 del 6 de enero de 2000 (en adelante Ley de Marcas) y 20 y 24 del Reglamento de esa Ley, Decreto Ejecutivo No. 30233-J del 20 de febrero de 2002 (en adelante el Reglamento).



**QUINTO. SOBRE EL FONDO.** Para que prospere el registro de un signo, 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 y los productos o servicios que protegen y distinguen son similares o relacionados, situación que hace surgir un *riesgo de confusión* entre ellos.

En términos generales, para determinar la similitud 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). De conformidad con el inciso c) del artículo 24 del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, debe dar más importancia a las semejanzas sobre las diferencias entre los signos en conflicto.

Desde esta perspectiva cabe señalar, entonces, que el **cotejo marcario** se integra por el derecho, del titular de un signo, a la individualización de su producto, servicio o establecimiento, 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 el signo solicitado sea similar a otro anterior perteneciente a un tercero, que genere en los consumidores un riesgo de confusión o un riesgo de asociación en cuanto al origen empresarial de los productos o servicios. Ello de conformidad con el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

Resulta de interés para el caso bajo estudio, lo dispuesto en el artículo 7 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que establece los impedimentos a la inscripción por razones intrínsecas, que son aquellas derivadas de la relación existente entre la marca y su objeto de protección. Dentro de éste artículo, específicamente en su inciso j) se establece “...*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. ...”.*

Bajo ese conocimiento, el Registro rechaza la solicitud con fundamento en los artículos 7 inciso j) y 8 incisos a) y b). Respecto al primero, efectivamente lleva razón la solicitante, ya que el término “**BRONCO**”, tal como se indicó de su parte, podría corresponder a un vocablo de fantasía, porque no necesariamente “**BRONCO**”, significa “bronquios”. Sin embargo, el diccionario de la Real Academia Española, Vigésima Segunda edición, 2001, indica entre otras acepciones: de “... bronco, ca (Del lat.vulg. bruncus, y este cruce del lat. broccus, objeto puntiagudo, y truncus, tronco). ...”

*“... Manifestación colectiva y ruidosa de desagrado en un espectáculo público, especialmente en los toros. ...”*

Obsérvese que si bien la denominación “**BRONCO**” no es un término de fantasía, porque tiene lingüísticamente un significado, tampoco existe una relación entre la marca y los productos que protege. Por lo que en ese sentido el análisis de engaño hecho por el Registro en la resolución apelada, no es correcto y en ese sentido se elimina.

Ahora bien en relación al derecho de tercero y la exclusividad de la que gozan los titulares inscritos, conforme lo indica el artículo 25 de Ley de Marcas; concretamente de que no es registrable un signo cuando sea idéntico o semejante con otro ya inscrito, y que los productos que uno y otro distinguen sean también idénticos o semejantes, de lo que se trata, es de que se impida la inscripción de un signo, que por sus similitudes con otro y por proteger bienes similares y relacionados, puedan generar un riesgo de confusión. Esta confusión puede darse porque el consumidor no distinga fácilmente las marcas entre sí, o porque piense que las mismas presentan el mismo origen empresarial, lo que además, podría constituir un aprovechamiento injusto o inmerecido de la reputación que pudieren ya haber alcanzado los productos o servicios de la empresa que le resulte competidora.



Las marcas en cotejo son:

MARCA SOLICITADA "BRONCO FRESH"	MARCA SOLICITADA 	MARCA SOLICITADA "Bronco Norm"	MARCA SOLICITADA "BRONCO MED ANTITUSIVO"	MARCA SOLICITADA 	MARCA SOLICITADA 
PRODUCTOS A PROTEGER Y DISTINGUIR EN CLASE 05:	PRODUCTOS QUE PROTEGE Y DISTINGUE EN CLASE 05:	PRODUCTOS QUE PROTEGE Y DISTINGUE EN CLASE 05:	PRODUCTOS QUE PROTEGE Y DISTINGUE EN CLASE 05:	PRODUCTOS QUE PROTEGE Y DISTINGUE EN CLASE 05:	PRODUCTOS QUE PROTEGE Y DISTINGUE EN CLASE 05:
<i>"jarabes, pastillas, tés, ungüentos, auxiliares en el tratamiento de las vías respiratorias"</i>	<i>"funguicidas, pesticidas, herbicidas, nomaticidas, insecticidas"</i>	<i>"Productos naturales con forma farmacéutica de uso humano, para descongestionar las vías respiratorias y mejorar el funcionamiento broncopulmonar"</i>	<i>"Producto farmacéutico antitusivo, antihistamínico y descongestionante"</i>	<i>"Jarabes, productos farmacéuticos y veterinarios"</i>	<i>"Productos farmacéuticos y veterinarios; productos higiénicos para la medicina; sustancias dietéticas para uso médico, alimentos para bebés, emplastos, material para"</i>





					<i>apósitos, material para empastar los dientes y para improntas dentales, desinfectante s, productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, herbicidas”</i>
--	--	--	--	--	--

Desde un punto de vista *gráfico*, se determina que entre la marca solicitada “**BRONCO FRESH**”, y las inscritas existe similitud en grado de identidad, porque están compuestas por el término “**BRONCO**”, que es el elemento preponderante en los signos enfrentados y es el vocablo que va a recordar el consumidor, porque el término “**FRESH**”, que según el solicitante significa “**FRESCO**”, es un término secundario, que de algún modo establece una característica al elemento principal que es “**BRONCO**”, por lo que no le otorga suficiente distintividad al signo propuesto, para diferenciarla fácilmente de los signos inscritos, generando al consumidor medio el riesgo de confusión al momento de adquirir estos productos, los cuales se consiguen en los mismos centros de distribución, especulando el consumidor que los productos proceden de la misma empresa.

Desde el punto de vista *fonético*, los términos “**BRONCO**” y “**FRESH**”, al momento de su pronunciación, no aportan distintividad auditiva al consumidor que logre distinguirlos con los



inscritos, porque todos inician con el término denominativo “**BRONCO**”, y los demás elementos que los componen no son determinantes, para que el consumidor pueda diferenciarlos.

Desde el punto de vista ideológico, la marca propuesta “**BRONCO FRESH**”, presenta traducción al inglés, “**POTRO FRESCO**”, pero también, tal como se indicó, tiene traducción al castellano, según se manifestó supra.

De lo anterior se desprende que efectivamente entre las marcas solicitada e inscritas existe similitud gráfica, fonética e ideológica, que hace posible que el consumidor se confunda al momento de comprar los productos protegidos. También y respecto a los titulares de las marcas inscritas, se les estaría ocasionando un perjuicio en la comercialización de los productos, además del riesgo de confusión empresarial que se produce.

Respecto a los productos que se protegen con la marca solicitada, el artículo 24 del Reglamento a la ley de marcas indica: “[...] *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. [...]*”. Visto lo anterior, se procede analizar si los productos o servicios a los que se refieren las marcas pueden ser asociados.

Conforme al cotejo realizado se determina que, en primer plano, los productos que protegería y distinguiría la marca solicitada a pesar de la limitación efectuada son de orden farmacéuticos, y los amparados por las marcas inscritas son de la misma naturaleza farmacéutica, exceptuando la marca “Bronco”, número 146545, que es de naturaleza veterinaria. Por lo que además de la similitud entre los signos, se determina que los productos están relacionados. De ahí que se puede dar la existencia de un riesgo de confusión y hasta un riesgo de asociación entre los signos en cotejo, más aún si tomamos en cuenta, como lo indicó el Registro, que tanto la doctrina como la jurisprudencia han sido claras y categóricas en no permitir ningún tipo de



semejanza entre marcas de clase 5 internacional (farmacéuticas), ya que debe privar el bien común, en este caso la protección de la salud pública. Ello hace que deba existir una mayor rigurosidad en el examen de semejanzas entre signos, lo que debe ser aplicado por este Órgano de alzada en este caso.

Ese análisis más estricto, que se hace en relación con otro tipo de signos distintivos es por tener los productos farmacéuticos una naturaleza curativa, sea que buscan mejorar la salud, siendo que en caso de que se cometa un error por parte del consumidor en su acto de consumo, éste le puede acarrear graves consecuencias en su salud o integridad física. Melanie Haiken, del sitio web Caring.com, explica en su artículo **“Errores de medicación que pueden matar: diez errores comunes pero prevenibles”** como en los Estados Unidos cada año un millón y medio de personas se enferman o son severamente lastimados por errores de medicación, y de éstos cien mil mueren. De todos estos errores de medicación, los provocados por la confusión causada por medicinas cuyo nombre suena de forma similar ascienden al veinticinco por ciento del total:

**“1. Confundir dos medicamentos con nombres similares**

Puede suceder en cualquier sitio de la cadena de transmisión: Tal vez la letra a mano del doctor es ilegible, o el nombre se introduce de forma incorrecta en la computadora de la farmacia, o el intercambio ocurre cuando la medicina incorrecta es tomada del estante. ‘La mayoría de las farmacias pone en los estantes las medicinas en orden alfabético, entonces usted tiene medicinas con nombres similares una a la par de la otra, lo cual hace más probable para alguien tomar la equivocada’ dice Michael Negrete, CEO de la no lucrativa Fundación Farmacia de California.” **(1. Confusing two medications with similar names // It can happen anywhere in the transmission chain: Maybe the doctor's handwriting is illegible, or the name goes into the pharmacy computer incorrectly, or the swap occurs when the wrong drug is pulled from the shelves. “Most pharmacies shelve drugs in alphabetical order, so you have drugs with similar names right next to each other, which makes it even more likely for someone to grab the wrong one,” says Michael Negrete, CEO of the nonprofit Pharmacy Foundation of California.)** **Melanie**



**Haiken, “Medication Mistakes That Can Kill: Ten common but preventable errors”, consultable en <http://www.caring.com/articles/medication-mistakes>**

Sobre el mismo punto comenta la doctrina suramericana:

“[...] la determinación del riesgo de confusión cuando se trata de signos que pretenden distinguir productos farmacéuticos, merece un tratamiento especial pues están involucrados factores que afectan a la persona humana. [...]

[...] debe establecerse el mayor rigor posible al decidir la semejanza entre marcas farmacéuticas, pues estaría justificado en cualquiera de las dos hipótesis hasta ahora señaladas, una, la que presume la existencia de un r cipe médico que «orienta» la compra del producto, y la otra, que contempla la posibilidad de una compra sin receta. En ambos casos, no se puede descartar de manera absoluta la posibilidad de algún tipo de error (error del médico al momento de recetar o del expendedor al efectuar la venta por defectuosa caligrafía del r cipe; confusión del consumidor al momento de su selección, entre otros), con los consiguientes perjuicios a la salud humana, todo lo cual exige extremar la severidad al momento de comparar los signos. [...]

El análisis de las condiciones objetivas que permitan establecer la posibilidad de riesgo de confusión entre dos signos, adquiere un carácter más rígido en el caso de las marcas farmacéuticas, pues como se ha venido sealando hasta ahora, se trata de un *caso especial* donde está en juego la salud humana. De allí la rigurosidad que debe privar en el análisis para determinar la semejanza entre los signos, toda vez que el interés del legislador de evitar la confusión en el mercado no es exclusivamente para tutelar el interés de los titulares de marcas, sino también *el interés de los consumidores cuya salud pudiese verse afectada por el error confusionista.* **Méndez Andrade, Raizabel, Riesgo de confusión en el caso de marcas farmacéuticas, en Temas Marcarios para la Comunidad Andina de las Naciones, AAVV, Editorial Livrosca, Caracas, Venezuela, 1999, páginas 107, 109 y 118, itálicas del original.**

La mayor rigurosidad aplicable a los productos de índole curativa hace que el cotejo vaya en detrimento del signo que se pretende registrar. Vemos entonces como las semejanzas son



mayores que las diferencias, por lo que se debe de dar preeminencia a las marcas inscritas versus el registro ahora solicitado. Conforme a las consideraciones que anteceden, encuentra este Tribunal que el signo solicitado no puede constituirse en una marca registrada por derechos previos de terceros.

Se reitera, que del análisis en conjunto y sucesivo de los signos es el que nos lleva a determinar la semejanza gráfica y fonética, por lo que hay que tener presente, que el consumidor al realizar el acto de consumo aprecia la marca en su conjunto a golpe de vista, y también el consumidor no efectúa un cotejo simultáneo de las marcas, el acto de consumo es de naturaleza dinámica y no estática, donde puede pasar tiempo entre una compra y otra, por lo que será equívoco, y no exacto, el recuerdo que el consumidor puede guardar en su mente de los signos enfrentados. El consumidor medio rara vez tiene la posibilidad de comparar directamente las marcas, debiendo confiar en la imagen imperfecta que conserva en su memoria. Por lo antes citado, signos que comparten la parte denominativa de su conformación son fácilmente confundibles, existe riesgo de confusión indirecto y directo; este último entendido en cuanto a la posibilidad que un consumidor toma un signo por otro, e indirecto, la posibilidad que quien confunda los signos considere que uno deriva del otro y que ambos poseen un origen empresarial común.

En conclusión, por existir la posibilidad de que surja un riesgo de confusión y asociación entre los signos cotejados, por encontrarse inscritos los signos **Bronco (diseño)**, **Bronco Norm**, **BRONCO – MED ANTITUSIVO**, **Bronco Bumba (Diseño)** y **BRONKO LIL (Diseño)**, de permitirse la inscripción de la marca solicitada “**BRONCO FRESH**”, en la totalidad de los productos solicitados, se quebrantaría con ello lo estipulado en el artículos **8º** incisos **a)** y **b)** de la Ley de Marcas, por lo que lo pertinente es rechazar los agravios formulados por resultar improcedentes y declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la licenciada **Giselle Reuben Hatounian**, en su condición de apoderado especial de la empresa **DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS NATURALES Y NUTRICIONALES S.A. DE C.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las 12:22:59 horas del 30 de marzo de 2016, la cual 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, Ley No. 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 que anteceden, se declara **SIN LUGAR** el Recurso de Apelación interpuesto la licenciada **Giselle Reuben Hatounian**, en su condición de apoderada especial de la empresa **DISTRIBUIDORA DE ALIMENTOS NATURALES Y NUTRICIONALES S.A. DE C.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las 12:22:59 horas del 30 de marzo de 2016, la cual se confirma. Se deniega la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio “**BRONCO FRESH**”, en **clase 05** de la nomenclatura internacional. 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.-**

*Carlos José Vargas Jiménez*

*Leonardo Villavicencio Cedeño*

*Ilse Mary Díaz Díaz*

*Jorge Enrique Alvarado Valverde*

*Guadalupe Ortiz Mora*



**DESCRIPTORES:**

**MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS**

**TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO**

**TG: MARCAS INADMISIBLES**

**TNR: 00.41.33**