

RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2021-0177-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA



BIR ALIMENTOS S.A., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXP. DE ORIGEN 2019-9721)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0286-2021

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las nueve horas con veintiún minutos del dieciocho de junio de dos mil veintiuno.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la licenciada Maureen Rodríguez Acuña, abogada, portadora de la cédula de identidad número 1-1077-0095, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa **BIR ALIMENTOS S.A.**, cédula jurídica 3-101-286678, sociedad organizada y existente conforme las leyes de Costa Rica, domiciliada en Alajuela, Alajuela, Cantón Central, Distrito San José, Calle Los Llanos, el Coyol, dentro del Complejo Tunatun, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:47:12 de 4 del marzo de 2021.

Redacta la jueza Quesada Bermúdez

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. La licenciada Maureen Rodríguez Acuña, de calidades indicadas y en su condición de apoderada especial de la

empresa **BIR ALIMENTOS S.A.**, solicitó el registro de la marca de fábrica y



comercio: , para proteger y distinguir en clase 29: carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne, frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles; y en clase 35: publicidad, dirección de los negocios comerciales; administración comercial, o actividades comerciales de una empresa industrial o comercial, así como los servicios prestados por empresas publicitarias cuya actividad principal consiste en publicar, en cualquier medio de difusión, comunicaciones, declaraciones o anuncios relacionados con todo tipo de productos o servicios.

Mediante escrito presentado ante el Registro de Propiedad Intelectual, la solicitante limitó los productos para que se refieran únicamente a: productos cárnicos de pollo; sin embargo, tal limitación no fue admitida por el Registro indicado, por no haberse cancelado el entero de \$25 correspondiente a la modificación, por lo que se mantuvo la lista de productos y servicios como se solicitó originalmente.

Por medio de la resolución de las 15:47:12 de 4 del marzo de 2021, el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la inscripción pretendida por derecho de terceros al transgredir los incisos a y b del artículo 8 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, y además por razones intrínsecas al infringir el artículo 7 inciso j) de la ley de cita y párrafo final del mismo artículo; al considerar que es engañoso en relación con los productos pretendidos.

Inconforme con lo resuelto por el Registro de origen, la representante de la empresa **BIR ALIMENTOS S.A.**, apeló e indicó en sus agravios lo siguiente:

1.- Las diferencias sustanciales entre las marcas: "SU" y "SU POLLO" son evidentes, aunque ambas marcas tienen en común el contenido de productos que pretenden proteger (productos cárnicos derivados del pollo), lo cierto del caso es que son completamente diferentes y no se prestan para generar confusión entre ellas. Desde el punto de vista gráfico y fonético los signos son completamente diferentes. Señala que SuPollo es una sola palabra que no debe ser separada.

2.- En escrito de citas de presentación 2021-002066 del 12 de febrero del 2021 su representada hace una delimitación de lo que debe interpretarse como cubierto por la marca que se pretende inscribir. La delimitación no constituye en sí una modificación o corrección de lo solicitado, sino que únicamente se hace énfasis en los productos que se desean abarcar dentro de la marca, sin modificar en sí las dimensiones de la solicitud original. De esa forma la solicitud se refiere únicamente a productos cárnicos provenientes del pollo, por lo que no existe posibilidad de conducir a error al consumidor final.

3.- Al no existir similitud solicitó que se admita el recurso y se revoque la resolución impugnada.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal tiene como hecho probado relevante para la resolución de este caso, que en el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentra inscrito el signo:

- **SU**, registro número **82309**, como marca de fábrica, para proteger en clase 29: pollos y sus piezas, tales como muslos, pechugas, alas y menudos, tanto frescos como congelados, embutidos con base en carne de pollo en general; inscrita el 14 de abril de 1993 y vigente hasta el 14 de abril de 2023. Titular: **CORPORACIÓN DE COMPAÑÍAS AGROINDUSTRIALES DE CCA LIMITADA** (ver certificación que se encuentra en los folios 14 y 15 del expediente administrativo).

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con este carácter que sean de relevancia para el dictado de la presente resolución.

CUARTO. CONTROL DE LEGALIDAD. Analizado el acto administrativo de primera instancia, no se observan vicios en sus elementos esenciales que causen nulidades, invalidez o indefensión que sea necesario sanear.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. De conformidad con la Ley de marcas y otros signos distintivos y su reglamento, todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo y no puede generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción; esta 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.

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 adquieren en el mercado. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre productos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador, por ende, no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

En este sentido, el artículo 8 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, 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 siguientes supuestos, entre otros:

- a) Si el signo es idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o

una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor.

b) Si el uso del signo es susceptible de causar confusión, por ser idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios o productos o servicios diferentes, pero susceptibles de ser asociados con los distinguidos por la marca, la indicación geográfica o la denominación de origen anterior.

[...]

No se debe olvidar que la finalidad de una marca es lograr la individualización e identificación de los productos o servicios que distingue dentro del mercado, con lo cual se evita que se pueda provocar un riesgo de confusión o asociación marcaría, con lo que se protege no solo al consumidor, sino también al empresario titular de signos similares dentro del mismo giro comercial.

En este sentido, para que prospere el registro de un signo distintivo, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, el que se presenta cuando entre dos o más signos existen similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos, similitudes que pueden ser de carácter visual, auditivo o ideológico.

Ante ello, el operador jurídico debe realizar el cotejo marcario y colocarse en el lugar del consumidor, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado con tales signos. Luego, debe atenerse a la impresión de conjunto que despierten las denominaciones, sin desmembrarlas, analizarlas

sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellas 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 hubiera entre ellos.

Para realizar el cotejo marcario entre el signo solicitado y el registrado, no solo es de aplicación el artículo 8 incisos a) y b) de la ley de cita, sino también el artículo 24 incisos c) y e) de su reglamento, según los cuales se deben calificar las semejanzas entre los diferentes signos distintivos, examinar sus similitudes gráficas, fonéticas e ideológicas, dando más importancia a las similitudes que a las diferencias entre ellos. Estas semejanzas fundamentan el **riesgo de confusión y asociación** frente al consumidor y sirven de base, para objetar el registro de un signo como protección a los derechos adquiridos por terceros que comercialicen una marca igual o similar a la pedida. Al efecto se indica:

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:

[...]

c) Debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos;

[...]

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;

[...]

En ese mismo sentido, la jurisprudencia internacional en el proceso n.º 84-IP-2015, Quito, del 4 de febrero de 2016, del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, citando a Pedro Breuer Moreno en su obra Tratado de Marcas de Fábrica y de Comercio, refuerza la tesis expuesta al indicar que “la similitud general entre dos marcas no depende de los elementos distintos que aparezcan en ellas, sino de los elementos semejantes o de la semejante disposición de esos elementos.”

Ahora bien, retomando la comparación que obligadamente el Tribunal debe realizar, es menester indicar que:

... el **cotejo marcario** es el método que debe seguirse para saber si dos marcas son confundibles (...). Con el **cotejo gráfico** se verifican las similitudes que pueden provocar una confusión visual (...). Con el **cotejo fonético** se verifican tanto las similitudes auditivas como la pronunciación de las palabras. (...). Así, tenemos que: la **confusión visual** es causada por la identidad o similitud de los signos derivada de su simple observación, es decir, por la manera en que se percibe la marca; la **confusión auditiva** se da cuando la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta o no. (Tribunal Registral Administrativo, *Voto 135-2005*, resolución de las 11 horas del 27 de junio del 2005).

Ello sin dejar atrás la **confusión ideológica** que se deriva del idéntico o parecido contenido conceptual de los signos. Esta confusión surge cuando la representación o evocación a una misma o semejante cosa, característica o idea, en los signos, impide al consumidor distinguir a uno de otro. Bajo esa conceptualización, es necesario cotejar la marca propuesta con la marca inscrita:

SIGNO SOLICITADO



Para distinguir y proteger en clase 29: carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne, frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles; y en clase 35: publicidad, dirección de los negocios comerciales; administración comercial, o actividades comerciales de una empresa industrial o comercial, así como los servicios prestados por empresas publicitarias cuya actividad principal consiste en publicar, en cualquier medio de difusión, comunicaciones, declaraciones o anuncios relacionados con todo tipo de productos o servicios.


SIGNO INSCRITO

SU


Para proteger en clase 29: pollos y sus piezas, tales como muslos, pechugas, alas y menudos, tanto frescos como congelados, embutidos con base en carne de pollo en general.

De conformidad con la anterior comparación y tomando en cuenta los agravios del apelante, de acuerdo con el análisis en conjunto de los signos, desde el punto de vista gráfico se determina que, el elemento literal del signo inscrito es la palabra



“SU” y en el solicitado  si bien el recurrente señala que se trata de una palabra indivisible, el hecho de agregar letras mayúsculas en la primera y tercera letra, hace que en la mente del consumidor se distingan dos términos; esto produce que entre los signos cotejados existan más semejanzas que diferencias. De esta manera, el elemento preponderante del signo solicitado es la palabra “Su”, acompañada del término “Pollo”; este último vocablo es de uso común para los productos analizados, por lo que no se puede monopolizar y por tanto no se incluye dentro del cotejo al no ser un elemento que le otorgue distintividad al signo. Por ello,



al comparar “SU” y  se denota que esa palabra predominante en el signo solicitado: “Su”, es la única palabra que se debe comparar con el signo inscrito, lo que provoca que, no solo a nivel gráfico sean muy similares, sino que, además, desde el punto de vista fonético, al pronunciar el signo solicitado se emite un sonido igual al que produce el signo inscrito; tal como se indicó la palabra “pollo” no se incluye en el cotejo. Si bien es cierto el signo solicitado es mixto y tiene un diseño con la figura de un pollo, este diseño no suscita diferenciación en tanto el consumidor, al visualizar la parte denominativa y su idéntica pronunciación, podrá resultar confundido dada la identidad que poseen a nivel gráfico y fonético.

A nivel ideológico la palabra: **SU**, de acuerdo con el Diccionario de la Real Académica de la Lengua Española significa: “1. adj. poses. 3.ª pers. suyo. U. ante s. U. con valor definido. *Sus alumnos.*” (<https://dle.rae.es/su>). Claramente al ser iguales tienen un mismo concepto ideológico.

Conforme lo expuesto, definitivamente este Tribunal avala la decisión del Registro de primera instancia, por cuanto el signo pretendido tiene más similitudes que diferencias respecto del inscrito; el elemento que prepondera o que domina en el conjunto es la palabra “**SU**”, lo que produce riesgo de confusión al hacer el análisis comparativo. Este Tribunal debe insistir en que el calificador no debe dividir la marca ni lo ha hecho en el análisis efectuado, porque como se señaló con anterioridad, a pesar del estudio en conjunto del signo solicitado, este por sí mismo resulta divisible en la mente del consumidor al estar compuesto por dos palabras perfectamente diferenciables.

En lo que respecta a la probabilidad de confusión conviene desarrollar sus diferentes tipos, para ello se traen a colación las ideas expresadas por el autor Guerrero Gaitán, quien explica que la **confusión directa** es la que resulta de la existencia de semejanza o identidad entre los signos que induce al consumidor a adquirir un producto o utilizar un servicio determinado en la creencia de que está comprando otro, lo que implica la existencia de cierto nexo entre los productos o servicios que distinguen; y la **confusión indirecta** viene dada por la semejanza de los signos que hacen que el consumidor les atribuya un origen empresarial común a dos productos o dos servicios que se le ofrecen, en contra de la realidad que es otra. (Manuel Guerrero Gaitán, *El nuevo derecho de marcas: perspectiva en Colombia, Estados Unidos y la Unión Europea*, Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2016, p.263).

Bajo esta conceptualización, en el caso de análisis se configuran ambos tipos de confusión; la palabra “**SU**” del signo pedido constituye el elemento preponderante y es igual al del signo inscrito, lo que provoca que el consumidor se vea confundido a la hora de escoger los productos que protege, y en ese sentido, este Tribunal es


del criterio que la marca propuesta no puede acogerse para inscripción en clase 29.

Ahora bien, como bien señala el artículo 24 citado en su inciso 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”, por lo que procede analizar si los productos a los que se refieren las marcas pueden ser asociados.

Precisamente, las reglas establecidas en esta norma persiguen evitar la confusión del consumidor al momento de elegir sus productos o servicios, y, por otro, hacer prevalecer los derechos fundamentales del titular de una marca registrada con anterioridad, que consisten en impedir que terceros utilicen su marca o una similar para bienes o servicios idénticos o similares a los registrados, cuando el uso dé lugar a la posibilidad de confusión, principios que precisamente se encuentran en el artículo 25 Ley de marcas de repetida cita.

Vista la lista de productos a la que se refieren las marcas en cotejo, se determina que el signo solicitado al igual que el signo inscrito pretende la protección o protege productos de una misma naturaleza en clase 29; por lo que no es posible aplicar el principio de especialidad como lo solicitó el apelante; es claro que ambos signos protegen el mismo tipo de productos: carne de ave versus pollos y sus piezas, así como los productos relacionados: carne, pescado, carne de caza; extractos de carne, huevos. Esos productos se expenden dentro de los mismos canales de distribución y puestos de ventas, de ahí, que el consumidor podría asociar el origen empresarial de los productos a comercializar, situación que evidencia que, de coexistir ambos signos, el riesgo de confusión y asociación empresarial con respecto al signo marcario inscrito sería inevitable, por lo que procede la



inadmisibilidad de la marca de fábrica  en clase 29 por aplicación del artículo 8 incisos a) y b) y artículo 24 incisos a), c), e) y f) de su reglamento.

Ahora bien, en cuanto a los demás productos detallados en la lista del signo pedido en clase 29: frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas, leche y productos lácteos, aceites y grasas comestibles, **el signo es engañoso**; estos productos, no tienen relación directa con el “pollo” que se describe en la marca pedida. La Ley de marcas citada, contiene en su artículo 7 las causales que impiden que un signo, considerado en su propia esencia, pueda acceder a la categoría de marca registrada, normativa invocada por el Registro de primera instancia para resolver el presente asunto, de acuerdo con lo establecido en el inciso j) y párrafo final del artículo citado. El citado artículo señala:

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

[...]

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

[...]

Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, y en ella se exprese el nombre de un producto o servicio, el registro solo será acordado para este producto o servicio. (El subrayado no corresponde al original).


El Registro de la Propiedad Intelectual señaló que la marca solicitada es engañosa; en ese sentido la doctrina explica claramente cómo comprobar si un signo es o no engañoso: “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. 253.)

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 con el producto o servicio que pretenden distinguir resultan engañosos, porque el propio signo incluye una denominación que entra en franca y frontal contradicción con el producto o servicio propuesto, situación de la cual se puede derivar de forma lógica y objetiva el engaño que provocan.

El signo solicitado es engañoso porque algunos productos de la clase 29 no se aproximan a productos que tengan relación, dependencia o correspondencia con “pollo”, término indicado en la marca, por ello resulta el engaño que tipifica el inciso j) del artículo 7 de la Ley de marcas.

Indicado lo anterior, concuerda este Tribunal con el criterio del Registro de la



Propiedad Intelectual, al rechazar el signo propuesto , en clase 29 de la

nomenclatura internacional, al estimar ese Registro que también contraviene lo dispuesto por el inciso j) y párrafo final del artículo 7) de la Ley de marcas y otros signos distintivos citados; el conjunto marcario no le otorga la distintividad requerida al signo propuesto para ser inscrita.

Partiendo de lo anterior, los agravios de la apelante deben ser rechazados; el signo que solicita no cuenta con una carga diferencial que le otorgue distintividad, por lo que no le permite la posibilidad de coexistir registralmente junto con el signo inscrito en tanto existe riesgo de confusión en el consumidor. Conforme al cotejo realizado se determinó, que los signos tienen grandes similitudes en su conjunto y la marca solicitada no tiene características propias que la individualice; además como se indicó, no procede la aplicación del principio de especialidad por ser los productos de idéntica naturaleza, por lo que también ese agravio debe rechazarse.

Sobre el alegato de que la marca solicitada es una palabra indivisible y de fantasía, este Tribunal coincide con lo indicado por el Registro en tanto el consumidor percibirá el signo como dos palabras que se diferencian por el uso de la letra mayúscula.

En cuanto a delimitación de los productos, esa solicitud no fue aceptada por el Registro de Propiedad Intelectual debido a que no fue cancelado el entero de \$25 como se establece en el artículo 94 inciso i) de la Ley de marcas otros signos distintivos, posición que es avalada por este Tribunal.

Ahora bien, en cuanto a la clase 35 solicitada, considera este Tribunal que la marca es arbitraria por cuanto es perfectamente posible aceptar el signo propuesto



para proteger y distinguir los servicios de: publicidad, dirección de los negocios comerciales; administración comercial, o actividades comerciales de una empresa industrial o comercial, así como los servicios prestados por empresas publicitarias cuya actividad principal consiste en publicar, en cualquier medio de difusión, comunicaciones, declaraciones o anuncios relacionados con todo tipo de productos o servicios.

En relación con este tipo de marcas, el máster Ernesto Gutiérrez señaló:

Es calificado como signo arbitrario aquel signo de uso común, pero cuyo significado no presenta relación alguna con los productos y servicios que se pretenden distinguir por su medio. Si bien es cierto el consumidor reconoce el signo concreto, en virtud de la falta de relación de este con los productos o servicios que se pretende distinguir, aquel no es capaz de derivar ningún significado específico. (GUTIÉRREZ B, Ernesto, *¿Cuándo es distintiva una marca?*, Revista IVSTITIA, No. 169-170, Año 15, pp. 40 a 41).

Por otra parte, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 144-IP-2012, refiriéndose a las marcas arbitrarias, señaló en lo interesa lo siguiente:

Las marcas arbitrarias son todas aquellas que son de uso común en el lenguaje, pero que se aplican para designar productos o servicios en relación con los cuales no describen o sugieren ingredientes, cualidades o características.

Este tipo de marcas no guardan relación con los productos o servicios que distinguen. Unos ejemplos de ellas son los siguientes: la denominación

“CISNE” para identificar colchones o la marca “GOLONDRINA” para identificar fósforos.

Para algunos autores no hay distinción mayor entre las marcas de fantasía y las arbitrarias, atribuyéndoles, en definitiva, iguales características; para otros, la diferencia estriba en relación a los productos o servicios que van a identificar y su relación estrecha con ellos y, adicionalmente, que los signos de fantasía pueden no tener significado alguno y carecen de significado conceptual.

Concluye este Tribunal que el signo solicitado goza de la distintividad necesaria y requerida por ley para lograr su inscripción registral para los servicios indicados en la clase 35 de la nomenclatura internacional.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por existir la posibilidad de que surja un riesgo de confusión directo e indirecto entre los signos cotejados, lo pertinente es rechazar los agravios formulados por el apelante y declarar parcialmente con lugar el recurso de apelación interpuesto en contra de la resolución de las 15:47:12 del 4 de marzo de 2021, emitida por el Registro de Propiedad Intelectual, la que se confirma en cuanto al rechazo del signo en clase 29 y se revoca para que se continúe el procedimiento de inscripción del signo solicitado en clase 35 internacional si otro motivo ajeno al analizado no lo impidiera.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **parcialmente con lugar** el recurso de apelación interpuesto por la licenciada Maureen Rodríguez Acuña, de calidades indicadas, en su condición de apoderada especial de la

empresa BIR ALIMENTOS S.A., contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:47:12 de 4 del marzo de 2021, la que en este acto **se revoca parcialmente** para que se continúe con el procedimiento de inscripción del signo solicitado en clase 35 internacional si otro motivo ajeno al analizado no lo impidiera; en lo demás se mantiene incólume la resolución apelada. Sobre lo resuelto en este caso se da por agotada la vía administrativa, de conformidad con los artículos 25 de la Ley 8039, de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, y 29 del Reglamento Operativo de este Tribunal, decreto ejecutivo 35456- J. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejará en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFÍQUESE.**

Karen Quesada Bermúdez

Oscar Rodríguez Sánchez

Leonardo Villavicencio Cedeño

Priscilla Loretto Soto Arias

Guadalupe Ortiz Mora

nub/KQB/ORS/LVC/PLSA/GOM

DESCRIPTORES.

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHOS DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR UN TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33

MARCA ENGAÑOSA

UP: MARCA CONFUSA

SIGNO CONFUSO

TG: MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES

TNR: 00.60.29