

RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2023-0032-TRA-PI

OPOSICIÓN A LA SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA
DE FÁBRICA Y COMERCIO:

CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2021-9352

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS



VOTO 0111-2023

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las nueve horas con treinta y cuatro minutos del quince de marzo de dos mil veintitrés.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada Marianella Arias Chacón, cédula de identidad 1-679-960, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa **CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.**, cédula de persona jurídica 3-101-153905, organizada y existente bajo las leyes de Costa Rica, con domicilio en Mercedes Norte del Automercado 500 metros al Oeste, Oficinas Centrales de Café Britt Costa Rica, Heredia, Costa Rica, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 10:40:44 horas del 7 de diciembre de 2022.

Redacta el juez Óscar Rodríguez Sánchez.

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. Por escrito presentado en el Registro de la Propiedad Intelectual el 14 de octubre de 2021, la abogada Marianella Arias Chacón, en su condición de apoderada especial de la empresa **CAFÉ BRITT**



COSTA RICA, S.A., solicitó la inscripción del signo como marca de fábrica para proteger y distinguir en clase 30 de la nomenclatura internacional, tableta de chocolate oscuro con trozos de jalea de guayaba.

A lo anterior, una vez publicados los edictos correspondientes y dentro del plazo conferido, el abogado Eduardo Díaz Cordero, cédula 1-0756-0893, vecino de San Roque de Barba, Provincia de Heredia, en su condición de apoderado especial de la empresa, **GOURMET FIELDS S.R.L.**, sociedad organizada y existente bajo las leyes de Costa Rica, con cédula de persona jurídica 3-102-656756, con domicilio en la Provincia de San José, Pavas, Avenida Principal de Pavas, ciento cincuenta metros al oeste de Demasa, se opuso a la solicitud de marca presentada por la representante de la empresa **CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.**, alegando que su



representada es titular de la marca de fábrica y comercio , registro 222572, y que la marca solicitada es idéntica en su diseño a la marca inscrita y además pretende proteger productos de la misma naturaleza y relacionados con lo que comercializa su representada a través de su marca de conformidad con el artículo 8 incisos a) y b) y artículo 16, de la Ley de marcas y otros signos distintivos, de lo cual se dio el debido traslado a la solicitante.

Mediante resolución final dictada a las 10:40:44 horas del 7 de diciembre de 2022, el Registro de la Propiedad Intelectual acogió la oposición planteada por la representación de la empresa **GOURMET FIELDS, S.R.L.**, y denegó la marca propuesta por la representante de la empresa **CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.**, por considerar que esta incurre en las prohibiciones establecidas en el artículo 8 de la Ley de marcas y otros signos distintivos.

Inconforme con lo resuelto por el Registro de origen, la representante de la empresa **CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.**, apeló y una vez otorgada la audiencia de reglamento expresó lo siguiente:


1. El criterio del Registro para aceptar la oposición es incorrecto. El Registro no ha tomado en cuenta que existen suficientes diferencias entre las marcas, que permiten su coexistencia registral.

Lo primero que debió realizar el Registro es determinar cuál es el elemento dominante de la marca que su representada desea inscribir. El elemento dominante es “BRITT”, la cual es una marca reconocida no solo en nuestro país, sino en América Latina, por sus productos de altísima calidad.


2. Café Britt Costa Rica, S.A. es una de las compañías del grupo económico Britt. Este grupo económico está inmerso en una gran cantidad de negocios no solo en Costa Rica, sino también en América Latina. Una de las principales actividades de este grupo económico es la producción y comercialización de café gourmet, así como otros productos gourmet como son los chocolates, galletas, solo por mencionar algunos.

El público consumidor al escuchar y ver “Britt” inmediatamente piensa en productos gourmet de altísima calidad. Para información puede visitar el sitio web www.cafebritt.com y www.cafebritt.cr.



La marca a inscribir  , es parte de la familia de marcas del distintivo BRITT. Esta familia de marcas está compuesta de una serie de distintivos que contienen la palabra BRITT.



Es claro que el público consumidor, al ver el distintivo  , va a pensar en el Grupo Britt, de ninguna manera lo relacionaría con **Gourmet Fields, S.R.L.**, su elemento dominante es el término “BRITT”, no la mariposa. La fuerza distintiva de Britt es más fuerte ya que este distintivo es reconocido y notorio, y como tal las autoridades costarricenses le deben brindar protección a la que tiene derecho.

3. El Registro hizo un análisis rápido en la resolución de oposición presentada. No tomó en cuenta que la marca a inscribir tiene una serie de elementos distintivos, entre los cuales está la marca notoria BRITT. Dada las diferencias entre los distintivos en cuestión, la marca de su representada sí puede ser objeto de protección registral, pues el Registro no percibe ni se percata de que la solicitud no es una imitación y reproducción de la marca registrada de la oponente.

Realiza un análisis simple, evitando indicar que el elemento dominante de la marca de su representada es BRITT, quien ocupa un lugar preferente, y será lo que primero captura la atención del consumidor y quedará en su mente. Existen suficientes diferencias entre las Mariposas Morpho en cuestión que no permiten que se dé ese monopolio, ya que de ninguna manera el público consumidor se confundiría entre ellas.

El análisis del signo debe hacerse partiendo de varias condiciones, entre ellas: **a.-** Ubicación de las palabras en el signo denominativo compuesto: en el tanto por regla general la primera palabra tiene más poder de recordación en el público consumidor **b.** Impacto en la mente del consumidor de conformidad con la extensión de la palabra: ya que las palabras más cortas tienen mayor impacto en la mente del consumidor. **c.** Impacto en la mente del consumidor de conformidad con la sonoridad de la palabra: en el tanto entre más fuerte sea la sonoridad de la palabra, podría tener mayor impacto en la mente del consumidor.

4. Analizar el grado de distintividad de la palabra, ya que el titular del signo base del rechazo cuenta con una gran cantidad de registros de la marca BRITT.

Dado el grado de reconocimiento del signo BRITT, es lo que hace imposible un asocie con el signo inscrito, como lo pretende el oponente y el Registro de la Propiedad Intelectual.

5. Cada titular hizo la representación gráfica de una mariposa, sin embargo, entre



estas y , existen diferencias importantes: **a.-** Están colocadas en posiciones diferentes, **b.** Tienen tonalidades diferentes, **c.** Los paisajes de fondo de estas difieren por completo, **d.** La mariposa en el signo solicitado está sobre una planta de heliconia, el otro sobre un grano de cacao. **e.** Los porcentajes de cacao que se destacan en los empaques de los productos son diferentes. **f.** La marca BRITT y su diseño, siempre es la parte que se destaca en los empaques. **g.** No hay identidad de productos. **h.** El producto solicitado cumple con la normativa de etiquetado y NO usa Costa Rica, el otro sí lo hace. **i.** Las

ilustraciones en el signo solicitado son dibujos de fantasía, los del signo registrado son fotos.

Una representación gráfica de un animal es un concepto común y generalizado, sobre el cual no se puede pretender un derecho exclusivo. Resulta evidente que el diseño aislado de una mariposa es un signo débil, sin distintividad alguna y, por lo tanto, insuficiente como para generar un reclamo.

6. Gráfica, fonética e ideológicamente existen diferencias importantes que permiten su coexistencia, pues a la vista no se confunden entre sí.

Solicita se revoque la resolución apelada y se ordene la continuación de los trámites de inscripción del signo solicitado.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hecho con tal carácter, relevante para lo que debe ser resuelto, el siguiente:

En el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentra inscrita a nombre de la empresa **GOURMET FIELDS S.R.L.**, la marca de fábrica y comercio



, registro 222572, protege y distingue en clase 30 de la nomenclatura internacional, te, cacao, arroz, tapioca y sagú, harinas y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y confitería, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos de hornear, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo. Inscrita el 9 de noviembre de 2012, vigente hasta el 9 de noviembre de 2032, (folios 37 a 38 del expediente principal).

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no advierte hechos, útiles para la resolución de este asunto, que tengan el carácter de no probados.

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 7978 de 6 de enero de 2000 (en adelante Ley de marcas) y su Reglamento, decreto ejecutivo 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, por lo que no debe generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción, y esta es precisamente la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular. Entre menos aptitud distintiva posea, 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 o servicios que adquiere. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre estos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador y en consecuencia no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

El artículo 8 de la Ley de Marcas determina en forma clara que ningún signo podrá ser registrado cuando afecte algún derecho de tercero, configurándose tal prohibición, conforme a sus incisos a) y b), de la siguiente forma:

- 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 éstos, que puedan causar confusión al público consumidor.
- b) Si el 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.

Bajo esa perspectiva, para que prospere el registro de un distintivo marcario, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto entre ellos, que es cuando entre dos o más signos, se presentan similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hagan surgir el riesgo de confusión entre ellos, para lo cual el operador del derecho debe proceder a realizar el cotejo marcario, colocarse en el lugar del consumidor, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado en tales signos. Por otra parte, debe atenerse a la impresión que despierten dichas denominaciones, sin desmembrarlas, analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro). 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.

El artículo 24 inciso a) del Reglamento a la Ley de marcas, establece las reglas para realizar el cotejo entre signos marcarios, aduciendo al examen gráfico, fonético e ideológico, así como al análisis de los productos o servicios que se pretenden distinguir.

Al respecto, la confusión visual, es causada por la identidad o similitud de los signos, sean estos, palabras, frases, dibujos, etiquetas cualquier otro elemento, lo que configura por su simple observación; es decir, por la manera en que el consumidor 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 signos puede impedir, o impide al consumidor distinguir a uno de otro.


Así las cosas, y en atención al caso bajo examen, se busca determinar si el distintivo marcario propuesto en aplicación del artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas, es diferente o presenta algún tipo de riesgo de confusión con respecto al signo inscrito.

Los signos bajo cotejo marcario son los siguientes:

Marca Solicitada	Marca Inscrita
	 Registro 222572
<p>SOLICITANTE: CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.</p> <p>En clase 30, protege y distingue, tableta de chocolate oscuro con trozos de jalea de Guayaba.</p>	<p>TITULAR: GOURMET FIELDS S.R.L.</p> <p>En clase 30, protege y distingue, te, cacao, arroz, tapioca y sagú, harinas y preparaciones a base de cereales, pan, productos de pastelería y confitería, helados, azúcar, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos de hornear, sal, mostaza, vinagre, salsas (condimentos), especias, hielo</p>

En el presente caso, este Tribunal determina que de la visión de conjunto y desde el punto de vista gráfico o visual, el signo solicitado es complejo contiene o contempla tanto palabras como diseño, consiste en una etiqueta rectangular de forma vertical dividida en tres secciones: en la primera sección, la cual es de color fucsia se observa la locución **GB EXPORT RESERVE CAFÉ BRITT**, escritas en color blanco, dentro de un rectángulo con una punta redondeada de color café, y debajo de esta se encuentra la palabra **CHOCOLATES**, escrita en color café, sobre el rectángulo color fucsia, en la segunda sección de color beige, está el término **GUAYABA** y debajo de esta se ubica la palabra **-GUAVA-** en medio de dos líneas y al lado izquierdo de estas expresiones destaca una especie de **flores de heliconia color naranja**, y en la tercera sección se encuentra el diseño de una mariposa de color azul claro y puntos blancos y los bordes de las alas abiertas son de color negro, sobre unas **flores de heliconia color naranja y hojas de color verde**. El



signo inscrito , es figurativo, consiste en el diseño de una mariposa de color azul profundo, los bordes de las alas semiabiertas son de color negro, sobre un grano de cacao de color café, está dentro de una figura geométrica de un cuadrado con fondo de color negro, a criterio de este Tribunal la parte denominativa **BRITT**, es el elemento central que concentra la aptitud distintiva dentro del conjunto marcario y su elemento figurativo, diseño de mariposa, cuya posición se diferencia de forma significativa de la imagen de mariposa de la marca registrada, que se encuentra en otra posición. El elemento figurativo de mariposa del signo inscrito es débil ya que no se hace acompañar de otros elementos, por ende, no es apropiable por parte del titular, por lo que cualquier competidor o empresario puede utilizarlo, más aún cuando el diseño de mariposa del signo solicitado es distintivo del signo registrado previamente. Así que un signo débil debe soportar coexistir con signos posteriores que presenten grandes diferencias, como ocurre en el presente caso.

Además, es importante resaltar que el signo objeto de registro a pesar de contener la expresión **GB EXPORT RESERVE CAFÉ CHOCOLATES GUAYABA GUAVA**, que son de términos de uso común necesarios en el comercio, cuenta con la imagen de mariposa y contiene el componente **BRITT**, cuya palabra es la que el consumidor habrá de recordar a la hora de realizar su acto de consumo y a través de ella es que se referirá a los productos que desea consumir, por lo que en su conjunto se distingue del signo registrado, lo que no causa confusión ni riesgo de asociación entre los consumidores, ya que estos están informados y a simple vista van asociar el signo propuesto con el origen empresarial de la empresa CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A., no así con el origen empresarial de la titular de la marca inscrita, a saber, GOURMET FIELDS S.R.L.

En el campo fonético o auditivo, como se indicó el signo solicitado es complejo conformado por una etiqueta, por su parte el signo registrado, opuesto por la representación de la empresa **GOURMET FIELDS S.R.L.**, es figurativo, por lo que desde este nivel no es posible efectuar el cotejo marcario.

Desde el contexto ideológico o conceptual, el distintivo marcario se conforma de la frase **GB EXPORT RESERVE CAFÉ BRITT CHOCOLATES GUAYABA-GUAVA**-donde la expresión **GB EXPORT RESERVE**, traducida del idioma inglés al español significa **RESERVA DE EXPORTACIÓN GB**; la palabra **GUAVA**, traducida del idioma inglés al español significa guayaba, el vocablo **BRITT**, es una palabra de fantasía, el signo inscrito tal y como se indicó anteriormente no contienen elementos denominativos. Con relación a los elementos figurativos que forman parte de los signos, sobresale el diseño de las mariposas, que como puede apreciarse estas se encuentran ubicadas en diferente posición y los colores de las figuras geométricas son completamente disímiles y no transmiten el mismo concepto.

Del análisis de los signos, y conforme al ordenamiento jurídico es necesario señalar que, las etiquetas pueden constituir un signo distintivo, según se desprende del artículo 3 de la Ley de marcas: Al efecto este numeral dispone:

Artículo 3. Signos que pueden constituir una marca. Las marcas se refieren, en especial, a cualquier signo o combinación de signos capaz de distinguir los bienes o servicios; especialmente las palabras o conjuntos de palabras -incluidos los nombres de personas-, las palabras, las letras, los números, los elementos figurativos, las cifras, los monogramas, los retratos, **las etiquetas**, los escudos, los estampados, las viñetas, las orlas, las líneas o franjas, las combinaciones y disposiciones de colores, así como los sonidos. Asimismo, pueden consistir en la forma, la presentación o el acondicionamiento de los productos, sus envases o envolturas o de los medios o locales de expendio de los productos o servicios correspondientes.

La distintividad es una característica propia y esencial en los signos distintivos, y este Tribunal considera que se encuentra presente en la marca solicitada. Como se indicó anteriormente estamos en presencia de una etiqueta y de conformidad con el artículo 28 de la Ley de marcas es posible su inscripción, al respecto dispone:

Elementos no protegidos en marcas complejas Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, la protección no se extenderá a los elementos contenidos en ella que sean de uso común o necesario en el comercio.

Bajo este conocimiento, se determina que en el caso que nos ocupa, el signo



propuesto



frente al inscrito

, cuenta con la aptitud distintiva necesaria; requisito que debe tener un signo para ser recibido por el consumidor e identificarlo con el producto o servicio, por lo que es posible acceder a su protección registral. Sin embargo, esto no lo hace titular de los términos de uso común, por lo que cualquier competidor los puede utilizar en la información de las etiquetas de sus productos, e inclusive puede presentar marcas con esa información. Debe quedar claro que, en el conjunto marcario pedido, el elemento distintivo radica en la parte denominativa **BRITT** y su elemento figurativo, **diseño de mariposa**, ya que la locución **GB EXPORT RESERVE CAFÉ CHOCOLATES GUAYABA -GUAVA-** como se indicó líneas arriba corresponden a vocablos de uso común necesarios en el comercio, los cuales no son objeto de apropiación.

Por los argumentos expuestos, estima este Tribunal, que la marca propuesta es novedosa y cumple con las características que un signo debe tener, lo que hace posible que pueda coexistir registralmente y en el mercado con la marca inscrita previamente, debido a que este no transgrede el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas. Por lo que lleva razón la representación de la empresa solicitante y ahora apelante, al indicar que el criterio del Registro para aceptar la oposición es incorrecto, porque no tomó en cuenta que existen suficientes diferencias entre las marcas, que permiten su coexistencia registral.

Ahora bien, recordemos que, si los signos son diferentes, no se incluyen dentro del cotejo los productos o servicios, porque basta que no se confundan entre sí y que el consumidor al verlos no los relacione. Situación que tal y como ha sido analizada líneas arriba, sucede que, en el presente caso, los signos no se confunden dadas

las diferencias señaladas entre estos, recayendo en innecesario aplicar el principio de especialidad marcaría.


En cuanto al alegato que presenta el abogado Eduardo Díaz Cordero, en representación de la empresa opositora **GOURMET FIELDS S.R.L.**, sobre que a la marca solicitada debe aplicársele la Ley 10261 publicada en la Gaceta No. 100 de 31 de mayo de 2022, en la que se declara a la mariposa MORPHO como símbolo nacional, porque al momento de inicio de la vigencia de esta Ley, la empresa Café Britt Costa Rica, S.A, contaba con una expectativa de derecho sobre su solicitud, no lleva razón la representación de la opositora, en cuanto a que se debe aplicar en forma retroactiva la Ley 10261, la cual fue publicada el 31 de mayo de 2022, es decir, con posterioridad a la fecha en que se presentó la solicitud de la marca



, en clase 30 de la nomenclatura internacional, por parte de la empresa **CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.**, a saber, el 14 de octubre de 2021, de modo que dicha ley es de aplicación únicamente a las solicitudes que se presenten tras su entrada en vigor, sea, 31 de mayo de 2022, no así a las solicitudes que fueron presentadas con anterioridad a la vigencia de esta ley, de lo contrario se estaría perjudicando a la solicitante, aunado a que esta Ley no dispone expresamente la retroactividad sobre hechos que se han producido antes de su entrada en vigor.

En cuanto al alegato que expone la representación de la empresa opositora, respecto a que la marca solicitada ha incluido el diseño de su representada, es de



interés resaltar, que la marca , está conformada por un elemento débil como es la imagen de una mariposa y no se hace acompañar de otros componentes como si lo hace la marca solicitada, que no solamente se compone del diseño de

una mariposa, sino que también dentro su conjunto marcario destaca el término BRITT, que es el elemento donde el consumidor pone su atención y lo va asociar con el origen empresarial de la empresa CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A., no así con el origen empresarial de la titular de la marca inscrita, a saber, GOURMET FIELDS S.R.L.

Consecuencia del análisis realizado de los signos, considera este Tribunal que la resolución venida en alzada debe revocarse, toda vez que, que los conjuntos marcarios cotejados son disímiles.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos expuestos y artículo 28 de la Ley de marcas, debe declararse con lugar el recurso de apelación planteado por la representación de la empresa **CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.**, en contra de la resolución final venida en alzada, la que en este acto se revoca, para denegar la oposición planteada por la representación de la empresa **GOURMET FIELDS S.R.L.**, y se acoja la solicitud de inscripción de la marca de fábrica



en clase 30 de la nomenclatura, presentada por la representación de la empresa CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, se declara **con lugar** el recurso de apelación planteado por la abogada Marianella Arias Chacón, en su condición de apoderada especial de la empresa **CAFÉ BRITT COSTA RICA, S.A.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 10:40:44 horas del 7 de diciembre de 2022, la que en este acto **se revoca** para

denegar la oposición presentada por el abogado Eduardo Díaz Cordero, en su condición de apoderado especial de la empresa, **GOURMET FIELDS S.R.L.**, en



contra de la solicitud de inscripción de la marca de fábrica , en clase 30 de la nomenclatura internacional, presentada por la abogada **Arias Chacón**, la cual se **acoge**. 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 42 del Reglamento Operativo de este Tribunal, decreto ejecutivo 43747-MJP. 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.**

Karen Quesada Bermúdez

Oscar Rodríguez Sánchez

Leonardo Villavicencio Cedeño

Priscilla Loretto Soto Arias

Guadalupe Ortiz Mora

lvd/KQB/ORS/LVC/PLSA/GOM

DESCRIPTORES.

INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TE: OPOSICIÓN A LA INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TG. MARCAS Y SIGNOS DISTINTIVOS

TNR. 00.42.55