



RESOLUCIÓN FINAL

EXPEDIENTE 2025-0312-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA
DEL SIGNO



CORPORACIÓN COMERCIAL EL LAGAR S.A., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-877

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0062-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las catorce horas con veintitrés minutos del cinco de febrero de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por el abogado Daniel Eduardo Muñoz Herrera, cédula de identidad 1-0939-0945, vecino de San José, en su condición de apoderado especial de la empresa **CORPORACIÓN COMERCIAL EL LAGAR, S.A.**, entidad costarricense, con cédula de persona jurídica 3-101-303248, domiciliada en San José, Desamparados, ciento cincuenta metros al este del cementerio, edificio el Lagar, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 09:25:42 horas del 11 de junio de 2025.

Redacta el juez Óscar Rodríguez Sánchez.

CONSIDERANDO



PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El abogado Daniel Eduardo Muñoz Herrera, en la condición indicada, solicitó la

inscripción de la marca de fábrica y comercio



para proteger y distinguir en clase 20: muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.

Luego del análisis correspondiente, mediante resolución dictada a las 09:25:42 horas del 11 de junio de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual rechazó la inscripción de la marca solicitada por razones intrínsecas de conformidad con el artículo 7 incisos g) y j), y por derecho de terceros de acuerdo con el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley 7978, de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).

Inconforme con lo resuelto, la representación de la empresa **CORPORACIÓN COMERCIAL EL LAGAR, S.A.**, apeló y en sus agravios indicó lo siguiente:

1. No comparten el criterio dado por el registrador, respecto a que la marca carece de elementos distintivos para poder acceder a su registro; por el contrario, esta presenta un diseño figurativo original, distintivo y significativo, que en su conformación combina el símbolo “+”, en dos tonalidades verdes, y un diseño que representa el techo de una vivienda.


2. Con respecto al riesgo de confusión, no se comparte el criterio emitido por el registrador, al calificar la marca propuesta en engañosa



con relación a la composición de las palabras **CASA** y **ACAMPAR**, por cuanto el fin de su estructura gramatical es evocar en la mente del consumidor la comodidad del hogar en un contexto de acampar, y no pretende aludir en este que los productos son para el hogar; por el contrario, la idea es que el consumidor pueda discernir que los muebles para acampar son igual de cómodos que los del hogar.

3. En cuanto al cotejo marcario de los signos registrados **THE HOME DEPOT**, **HON** y **HOME PRO**, presentan estructuras fonéticas, visuales y entornos comerciales completamente diferentes, además no se logra determinar que exista riesgo de confusión o asociación empresarial para el consumidor, debido a que ninguno de los distintivos marcarios indicados, presenta en su conjunto marcario un techo, el signo "+", y una combinación cromática singular, lo cual le concede una distintividad absoluta con relación a los signos inscritos.



4. Al analizar la marca solicitada  en su conjunto, presenta una conformación única que no la configura en descriptiva; por el contrario, elimina cualquier similitud visual o conceptual que se presente con los distintivos marcarios registrados **THE HOME DEPOT**, **HON** y **HOME PRO**, consiguiendo el consumidor poder identificarla y distinguirla sin problema alguno e incluso con relación a signos que se componen de términos comunes como **HOME**.

5. Respecto al registro de la marca pretendida, ha sido debidamente inscrita en el Registro de la Propiedad Intelectual, para la clase 11 y 21, además la marca **THE HOME DEPOT**, también se encuentra inscrita en esas mismas clases de previo al registro de la marca **+HOME CAMPING**, de ahí que, a la fecha existen dos marcas que conviven en




iguales clases, sin que se ocasione ningún riesgo de confusión en el consumidor, por lo cual también se debe permitir la inscripción del signo solicitado, al igual que sucede en el caso de **THE HOME DEPOT**, en clase 20, además se debería admitir el registro del distintivo marcario **+HOME CAMPING**, en esa misma clase, como también existe la marca **+HOME CAMPING**, inscrita en clase 21.

6. En el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentran inscritos los signos **+HOME CAMPING** y **+HOME ESSENTIALS**, que guardan relación con una línea de productos de la CORPORACIÓN COMERCIAL EL LAGAR, S.A. En consecuencia, no existe impedimento para rechazar la inscripción del signo propuesto, ya que no incurre en los supuestos de inadmisibilidad contenidos en el artículo 8 de la Ley de marcas, de igual manera sucede con el signo **HOME PRO**, que ha sido registrado previamente en clase 21, y del mismo modo con la marca **+HOME CAMPING**.

Finalmente, solicitó se declare con lugar el recurso interpuesto, para que se revoque la resolución recurrida, y se ordene continuar con el trámite de inscripción de la marca **+HOME CAMPING**, en clase 20.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hechos con tal carácter, relevantes para lo que debe ser resuelto, que en el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentran inscritos los siguientes distintivos marcarios:



1. Marca de fábrica , registro 110277, inscrita desde el 23 de noviembre de 1998, vigente hasta el 23 de noviembre de 2028, titular HOME DEPOT INTERNATIONAL, INC., protege en clase 20:


WWW.TRA.GO.CR



muebles, espejos, marcos, productos, no comprendidos en otras clases, de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas (folio 6 y 7 del legajo de apelación).

2. Marca de fábrica **HON**, registro 169075, inscrita desde el 29 de junio de 2007, vigente hasta el 29 de junio de 2027, titular HNI TECHNOLOGIES INC., protege en clase 20: muebles (folio 8 del legajo de apelación).



3. Marca de comercio , registro 262299, inscrita desde el 22 de mayo de 2017, vigente hasta el 22 de mayo de 2027, titular PLÁSTICOS UCHOSA CENTROAMERICANA S.A., protege en clase 20: muebles organizadores, estantes, gaveteros, sillas y bancos, cajas de herramientas, todos de material plástico; y en clase 21: utensilios y recipientes de uso doméstico como palanganas, tinas para bebés, baldes, basureros, canastas, cajasmultiuso, jaboneras, organizador para baños (organizar shapoo(sic), jabones), organizador de cepillos (sic) de dientes, portacepillos (sic) , perchas (ganchos para ropa), papeleras, gaveteros de mesa, alcancías, cartucheras(pequeños recipientes o cajas de plástico que se utilizan para guardar o portar distintos objetos de tamaño pequeño de uso doméstico), palo de piso con escurridor, todos de material plástico (folios 9 y 10 del legajo de apelación).

TERCERO. EN CUANTO A LOS 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. El Registro de la Propiedad Intelectual denegó la solicitud de inscripción de la marca

de fábrica y comercio , en clase 20 al considerar que es inadmisibles por razones intrínsecas y extrínsecas.

Por consiguiente, a efectos de realizar el debido análisis al distintivo marcario se recurre al artículo 2 de la Ley de marcas, el cual conceptualiza la marca de la siguiente forma:

Cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase.

En este sentido, para determinar si un signo contiene esta distintividad el registrador ha de realizar un examen de los requisitos sustantivos (intrínsecos y extrínsecos) de la solicitud del signo propuesto y determinar que no se encuentre comprendido en las causales que impiden su registro, comprendidas en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas, lo anterior en cuanto a la capacidad misma de la marca para identificar el producto o servicio de que se trata y que no vaya a producir eventualmente un riesgo de confusión a los consumidores o



bien de asociación empresarial.

Estos motivos intrínsecos que impiden el registro marcario se encuentran contenidos en el artículo 7 de la citada ley, dentro de los cuales interesa mencionar los incisos siguientes:

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

[...]

g) No tenga suficiente aptitud distintiva respecto del producto o servicio al cual se aplica.

[...]

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.

[...]

De acuerdo con estos incisos, una marca es inadmisibles por razones intrínsecas, cuando el signo utilizado no tenga suficiente aptitud distintiva y en consecuencia resulte carente de originalidad, novedad y especialidad, o bien que desde la perspectiva del consumidor pueda provocar confusión o engaño respecto de las características, naturaleza o procedencia de los productos o servicios, lo que podría inducir a falsas asociaciones en los consumidores.

Ahora bien, para el caso que nos ocupa la marca de fábrica y comercio



propuesta **HOME CAMPING**, vista en su conjunto es mixta, conformada al lado izquierdo por un elemento figurativo representado por el símbolo



de adición (+) en tonos verdes, seguido por la palabra **HOME** que sobre su letra “O” presenta un diseño asemejando un tejado color verde, y en la parte inferior derecha de ese término, se aprecia el vocablo **CAMPING**, ambos vocablos escritos en idioma inglés, cuya traducción al español es **ACAMPAR EN CASA**, según consta en el enlace <https://dictionary.cambridge.org/es/translate/>.

De la anterior descripción este Tribunal determina que el signo propuesto, a pesar de presentar en su conformación una serie de elementos gráficos no le conceden la distintividad requerida para acceder a su registro, ya que los términos **HOME** (casa) y **CAMPING** (acampar), que acompañan el conjunto marcario son genéricos y de uso común, para el sector al cual se encuentran dirigidos los productos en la clase 20 internacional; además esos vocablos se consideran de libre disposición en el tráfico mercantil, los cuales no pueden ser apropiables, puesto que se estaría dejando en desventaja a otros competidores; y sin dejar de lado el engaño o confusión que provoca la marca en el consumidor, al atribuir una característica o expectativa falsa en sus productos con el término camping.

Por otra parte, en lo referente a la denegatoria del signo solicitado por derecho de terceros, la normativa marcaria establece una serie de prohibiciones de registro, basados en la existencia de derechos previos que podrían verse perjudicados con la inscripción de la marca pretendida, configurándose tales prohibiciones conforme a los incisos siguientes:

- 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.

[...]

En relación con lo citado, para realizar el cotejo marcario es importante tomar en cuenta algunas reglas que ayudarán a determinar la posible coexistencia de los signos. A estos efectos, la comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario; cada signo debe analizarse con una visión en conjunto, teniendo en cuenta la unidad gráfica, auditiva e ideológica; se debe emplear el método del cotejo sucesivo, esto es, analizar un signo y después el otro; quien aprecie la semejanza deberá colocarse en el lugar del consumidor presunto, tomando en cuenta la naturaleza de los productos o servicios identificados por los signos en disputa y deberá enfatizar las semejanzas y no las diferencias entre los signos, pues en las primeras es donde se percibe el riesgo de confusión o asociación.

Por otra parte, antes de entrar al análisis de los signos, este Tribunal considera pertinente señalar que se excluye del cotejo, la marca de fábrica HON, al determinar que no guarda relación con el signo en



conflicto.

De ahí que, las marcas por cotejar son:

Marca solicita	Signos registrados	
		
Clase 20	Clase 20	Clase 20
<p>Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.</p>	<p>Muebles, espejos, marcos, productos, no comprendidos en otras clases, de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todas estas materias o de materias plásticas.</p>	<p>Muebles organizadores, estantes, gaveteros, sillas y bancos, cajas de herramientas, todos de material plástico.</p> <p style="text-align: center;">Clase 21</p> <p>Utensilios y recipientes de uso doméstico como palanganas, tinas para bebés, baldes, basureros, canastas, cajasmultiuso, jaboneras, organizador para baños (organizar shapoo, jaboles), organizador de cepillos de dientes, portasepillos, perchas (ganchos para ropa), papeleras, gaveteros de mesa, alcancías, cartucheras(pequeños recipientes o cajas de plástico que se utilizan para guardar o portar distintos</p>



		objetos de tamaño pequeño de uso domestico), palo de piso con escurridor, todos de material plástico.
--	--	---

De conformidad con el cotejo realizado y valorando los agravios de la apelación, se determina que desde el punto de vista gráfico, la marca requerida como las registradas son mixtas, a pesar de estar conformadas por una serie de elementos gráficos (colores, tipografías e imágenes), es de importancia destacar que la comparación en conjunto que realiza el consumidor de los signos, y por el elevado número que percibe diariamente de estos, hace que no conserve de cada uno de ellos un recuerdo detallado, sino una impresión general; en consecuencia, por la concordancia gramatical que se aprecia, con respecto a la palabra **HOME**, puede generar en el consumidor riesgo de confusión o asociación empresarial, y precisamente esto es lo que el ordenamiento jurídico marcario trata de evitar, al no permitir que signos idénticos o similares y que protegen productos, servicios o giros comerciales exactos, equivalentes o relacionados se inscriban en perjuicio de un titular con mejor derecho para ello.

A nivel fonético, tomando en consideración lo antes mencionado, la vocalización de los signos provoca que su pronunciación englobe una fonética análoga, no existiendo una diferenciación clara y suficiente al oído del consumidor para que este pueda deslindar la marca pretendida de las registradas; por el contrario podría el consumidor pensar que la marca propuesta pertenece a uno de los titulares de los signos inscritos, lo cual reafirma el riesgo de confusión o asociación empresarial.



En el contexto ideológico, el término preponderante **HOME**, que emplean los distintivos marcarios, se traduce al castellano como **HOGAR/CASA**, según consta en el enlace <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/home>; de ahí que, los signos pueden evocar un concepto o idea afín en la mente del consumidor, el cual puede asociar de manera directa la marca pretendida con las inscritas, y de igual forma sucederá con los productos al encontrarse dentro de la misma actividad mercantil, lo que puede ocasionar riesgo de confusión o asociación empresarial.

De lo expuesto, se determina que la marca solicitada mantiene un alto grado de similitud con relación a las inscritas, por lo cual, no cuenta con la capacidad distintiva necesaria para obtener protección registral, dado que, a nivel gráfico, fonético e ideológico, el consumidor fácilmente las puede confundir o relacionarla a un mismo origen empresarial, no siendo posible bajo tales circunstancias su registro.

Efectuado el cotejo de los signos en pugna y determinadas sus semejanzas, corresponde llevar a cabo el análisis de los productos o servicios que protegen desde el ámbito de aplicación del principio de especialidad; al respecto, el inciso e) del artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas, alude que la mera similitud entre signos es insuficiente para que se produzca riesgo de confusión, se requiere que los productos o servicios compartan la misma naturaleza o medie la posibilidad de asociación o relación; 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 también, el 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 de la Ley de marcas.

En virtud de lo expuesto, este Tribunal determina que los productos solicitados en clase 20 como se desprende del cotejo realizado líneas arriba, guardan una estrecha vinculación técnica y comercial con los protegidos por las marcas registradas en las clases 20 y 21; ya que son de una misma naturaleza mercantil, coinciden en los canales de distribución como ferreterías, tiendas por departamentos y secciones de hogar, y tipo de consumidor; de ahí que, por la identidad que se presenta en los productos, se induce inevitablemente al consumidor a relacionar las marcas, y generar un riesgo de confusión o asociación empresarial, por lo que no es posible bajo esa circunstancia otorgarle protección registral al signo solicitado.

Con respecto, a lo manifestado por el apelante sobre la inconformidad señalada por el registrador, que la marca carece de elementos distintivos para poder acceder a su registro; que por el contrario, cuenta con un diseño figurativo original, distintivo y significativo, además en su conformación combina el símbolo “+”, en dos tonalidades verdes, como un diseño que representa el techo de una vivienda; además los signos registrados THE HOME DEPOT, HON y HOME PRO, presentan estructuras fonéticos, visuales y entornos comerciales completamente distintos y no se determina la existencia de riesgo de confusión o asociación empresarial para el consumidor.



De lo antes indicado, considera este Tribunal que no lleva razón el recurrente, por cuanto claramente del cotejo realizado líneas arriba se evidencia que los signos gráfica, fonética e ideológicamente presentan similitud, además la marca pretendida analizada en su conjunto no cuenta con una carga diferencial que le otorgue la distintividad necesaria para acceder a la publicidad registral, lo que viene a impedir la coexistencia registral junto con los signos inscritos, sobre todo al considerar que el consumidor generalmente retiene en su mente las semejanzas por encima de las diferencias, y de permitirse la inscripción de la marca iría en contra del ordenamiento jurídico marcario, debido a la inminente probabilidad de que se produzca un riesgo de confusión o asociación en el consumidor al relacionar directamente los productos que identifica el distintivo solicitado con los productos protegidos por las marcas registradas. En ese sentido los agravios expuestos se rechazan.

En cuanto al alegato del recurrente, que en el Registro de la Propiedad Intelectual, se encuentra inscrita la marca pretendida en clase 11 y 21, además el distintivo marcario **THE HOME DEPOT**, se encuentra inscrito en las clase 11, 20 y 21, como también están registrados los signos **+HOME CAMPING** y **+HOME ESSENTIALS**, que guardan relación con una línea de productos de la CORPORACIÓN COMERCIAL EL LAGAR, S.A., por tales razones, no existe impedimento para rechazar el registro la marca propuesta, De ahí que, considera este órgano de alzada, que ese alegato tampoco resulta vinculante, ya que cada solicitud de marca es independiente de cualquier otro trámite que se haya presentado en el Registro, pues debe tenerse presente el principio de independencia marcaria, con el cual cada marca debe ser evaluada de manera autónoma y conforme a su específico marco de calificación registral. Ello significa que el



calificador debe examinar las formalidades intrínsecas y extrínsecas del acto pedido, por lo que la coexistencia de registros previos no es vinculante para la decisión del presente expediente.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por las razones y citas legales expuestas, lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación planteado por el abogado Daniel Eduardo Muñoz Herrera, apoderado especial de la empresa **CORPORACIÓN COMERCIAL EL LAGAR, S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 09:25:42 horas del 11 de junio de 2025, la cual en este acto se confirma.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **sin lugar** el recurso de apelación planteado por el abogado Daniel Eduardo Muñoz Herrera, en su condición de apoderado especial de la empresa **CORPORACIÓN COMERCIAL EL LAGAR, S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 09:25:42 horas del 11 de junio de 2025, la que **se confirma**. 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.**



Firmado digitalmente por
KAREN CRISTINA QUESADA BERMUDEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 14/05/2026 03:01

Karen Quesada Bermúdez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 14/05/2026 02:59

Óscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 14/05/2026 03:49

Cristian Mena Chinchilla

Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 14/05/2026 03:01

Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 14/05/2026 03:06

Norma Ureña Boza

euv/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

MARCA CON FALTA DE DISTINTIVIDAD

TG: MARCAS INTRÍNSICAMENTE

TNR: 00.60.69

MARCA ENGAÑOSA

UP: MARCA CONFUSA

TG: MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES



TNR: 00.60.29

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO

TE: MARCAS EN TRÁMITE DE INSCRIPCIÓN

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33

MARCAS Y SIGNOS DISTINTIVOS

TE: CATEGORÍAS DE SIGNOS PROTEGIDOS

TE: INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TG: PROPIEDAD INDUSTRIAL

TR: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

TNR: 00.41.55