



**RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**EXPEDIENTE 2025-0517-TRA-PI**

**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DEL SIGNO**

**PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELLI S.A. DE C.V., apelante**

**REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

**(EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-4982)**

**MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS**

**chilimón**

## **VOTO 0317-2026**

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.** San José, Costa Rica, a las nueve horas cuarenta y cinco minutos del catorce de mayo de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por la abogada Marianella Arias Chacón, cédula de identidad 1-0679-0960, en su condición de apoderada especial de la empresa PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELLI, S.A. DE C.V. regida bajo las leyes de El Salvador y domiciliada en Final Avenida Cerro Verde, Colonia Sierra, Morena 2, Soyapango, San Salvador, El Salvador; en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 14:39:44 horas del once de septiembre de dos mil veinticinco.

**Redacta el juez Gilbert Bonilla Monge**



## CONSIDERANDO

**PRIMERO: OBJETO DEL PROCEDIMIENTO.** El 16 de mayo de 2025, la abogada Marianella Arias Chacón, de calidades mencionadas y en su condición de apoderada especial de la empresa PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELI, S.A. DE C.V., solicitó la inscripción como

**chilimón**

marca de fábrica y comercio para proteger en clase 29 internacional: Snacks o bocadillos a base de plátano, verduras y legumbres, arreglos y ensaladas a base de frutas, verduras y legumbres; legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas, jaleas; frituras elaboradas de vegetales, frutas, de cerdo, de res, plátano, o combinaciones de este; frituras de plátano y frutas, y/o cacahuets preparados maníes preparados, todos estos acompañados con frutas o con forma de frutas y en clase 30 internacional: Chocolate; pan, pasteles y confites; harinas, a saber, harina de maíz, harina de trigo, harina de arroz, harina pastelera; productos comestibles a base de cereales incluyendo chips a base de maíz y cereales, barras de cereales, hojuelas de cereales secos; galletas incluyendo galletas saladas, galletas saladas de arroz y galletas de mantequilla; helados cremosos, sorbetes; levadura, polvos de hornear; sal, productos para sazonar, a saber, especias, hierbas en conserva; tapioca y sagú; café, té, cacao y sucedáneos del café; vinagre, salsas; azúcar, miel, jarabe de melaza; hielo; arroz, pasta alimenticias y fideos. (folios 1 a 4)

El Registro de la Propiedad Intelectual denegó la inscripción de la marca promovida mediante resolución dictada a las 14:39:44 horas del 11 de septiembre de 2025 por las causales intrínsecas de



inadmisibilidad preceptuadas en los incisos g) y j) del artículo 7 de la Ley de marcas.

Inconforme con dicha denegatoria la apoderada especial del promovente interpuso recurso de apelación (folio 36) y una vez conferida la audiencia por este Tribunal mediante resolución de las 20:23 horas del 10 de noviembre de 2025 (folio 6 y 7 de este legajo de apelación) y expresó los siguientes agravios:

1. CHILIMON no es un vocablo reconocido oficialmente en español, no aparece en diccionarios académicos, es una expresión creada y no genérica, reforzando su distintividad en el comercio.
2. El término no corresponde a la denominación técnica, necesaria ni habitual de productos de las clases 29 o 30 de la Clasificación de Niza. No sustituye términos descriptivos como “chile en polvo” o “aderezo con limón”, por lo que no es descriptivo de esos productos.
3. CHILIMON es una contracción creativa de “chile” y “limón”, usada de forma coloquial y sin significado. No describe directamente las características del producto, evoca una idea, requiere un esfuerzo mental del consumidor y refuerza su carácter distintivo.
4. Según la doctrina marcaria, un signo es descriptivo solo si describe de manera directa y objetiva el producto. CHILIMON no es una denominación técnica ni describe literalmente las



características esenciales de los productos que contiene.

5. El término requiere que el consumidor haga una asociación mental para vincularlo con una combinación de sabores, por lo que es sugestivo. Evoca una idea general cumpliendo con el requisito de distintividad.

6. CHILIMON es una marca sugestiva, que sugiere un sabor (picante y ácido), pero no describe literalmente los ingredientes ni identifica genéricamente el producto.

7. No hay evidencia que CHILIMON sea de uso genérico en el mercado costarricense, ni que se use de manera uniforme en etiquetado o publicidad, tampoco que el consumidor lo reconozca como una categoría genérica.

Por las razones indicadas, CHILIMON es una marca sugestiva, distintiva y apropiable para los productos solicitados, por lo que solicita se continúe con la publicación del expediente.

**SEGUNDO. HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS.** Por ser el presente un tema de puro derecho se prescinde de un elenco de hechos probados y no probados.

**TERCERO: 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, empero se advierte que consta en el considerando sexto de la resolución impugnada, que la denegatoria



se fundamentó, en los incisos g) y j)), sin embargo se debe agregar el inciso d) del artículo 7 de la Ley de marcas, lo cual resulta pacífico para este Tribunal porque al respecto, el *a quo* en el desarrollo de la resolución venida en alzada se refirió a que el signo pretendido es también descriptivo.

Por lo anterior, procede subsanar la omisión material de aquella resolución pues no causó ningún perjuicio a la parte promovente, ni al recurrente en este proceso, toda vez que constan en el recurso de apelación interpuesto, los agravios referidos a dicha causal intrínseca de inadmisibilidad contenida en el inciso d) del artículo 7 *ibidem* (al respecto ver agravio cuarto y sexto).

**CUARTO: SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO.** De conformidad con la Ley de marcas y su reglamento, el Registro de la Propiedad Intelectual, únicamente autorizará el registro de aquellos signos marcarios que posean distintividad suficiente para individualizar, identificar y diferenciar sus bienes mercantilizados, de aquellos otros bienes de similar o idéntica naturaleza ofrecidos en el mismo sector del mercado de bienes y servicios.

La distintividad es la característica esencial de la marca; constituye el presupuesto indispensable para que la marca cumpla con su función diferenciadora en sector comercial, resultando que esta aptitud distintiva es la que permite a la marca, no solo individualizar sus bienes producidos y comercializados, sino que también brinda información a los agentes de mercado sobre el origen empresarial de los productos y servicios representados por aquel signo marcario.



El artículo 2 de la Ley de marcas define a la marca como cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse estos 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 orden de ideas, previo al registro, el operador jurídico deberá verificar que el signo marcario propuesto es distintivo y no contraviene las causales de inadmisibilidad intrínsecas y extrínsecas preceptuadas por los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas.

En el presente procedimiento, el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la inscripción de la marca mixta de servicios

**chilimón**

por las causales intrínsecas de inadmisibilidad preceptuadas en los incisos d), g) y j) del artículo 7 *ibidem*.

En cuanto a la causal contenida en el inciso d) el aquo precisó:

Análisis del término "CHILIMÓN": La palabra "CHILIMÓN" es una combinación fonética de "chile" y "limón". Tanto el "chile" (ají) como el "limón" son ingredientes muy comunes en la preparación de productos de la clase 29, como salsas, aderezos, conservas, e incluso en la sazón de carnes y pescados. La combinación "CHILIMÓN" es **descriptiva** de una característica o ingrediente principal de los productos. Según el artículo 7, inciso d) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (Ley N° 7978), no podrá ser registrado como marca un signo que consista



"únicamente en un signo o una indicación que en el comercio pueda servir para calificar o describir alguna característica del producto o servicio de que se trata.

Ahora bien, la clase 30 incluye explícitamente "productos para sazonar" y "especias". La combinación "chile" y "limón" describe directamente el sabor, el ingrediente o la naturaleza de un sazonador o una salsa. El término es **genérico y descriptivo** para una variedad de productos en esta clase, como aderezos, condimentos, sales saborizadas o salsas picantes con sabor a limón.

[...] (el énfasis pertenece al original)

Los incisos d), g) y j) del artículo 7 de la Ley de marcas establecen las siguientes causales intrínsecas de inadmisibilidad:

d) Únicamente en un signo o una indicación que en el comercio pueda servir para calificar o describir alguna característica del producto o servicio de que se trata.

[...]

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.



[...]

Los incisos d) y g) precitados están referidos a las causales intrínsecas de inadmisibilidad contenidas en signos marcarios cuyos términos resultan descriptivos, genéricos, o de uso común con respecto a los productos que la marca pretende distinguir y representar en el sector comercial pertinente, pues el derecho de comercio y de marcas vigente, impide que dichos términos comunes sean propiedad exclusiva de un comerciante determinado en el mercado de bienes y servicios; así, en cuanto a la genericidad contenida en un signo marcario, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en la interpretación prejudicial 05-IP-98 del 15 de julio de 1998 aclaró:

#### **LA GENERICIDAD**

Conforme al Diccionario de la Real Academia, GENÉRICO es “lo común a muchas especies”, y GÉNERO el “conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes”. También es la “clase o tipo a la que pertenecen personas o cosas” o el “conjunto de especies que tienen cierto número de caracteres comunes”. Por su parte, ESPECIE es “el conjunto de cosas semejantes entre sí por tener uno o varios caracteres comunes.”

La “genericidad” de un signo, que impide su utilización como marca, debe apreciarse en relación directa con los productos o servicios de que se trate. Una denominación no tiene el carácter de genérica –en lo que a marcas se refiere– por el solo hecho de serlo exclusivamente en su acepción gramatical.

En sentido estricto y conforme a doctrina:



“Por denominación genérica debe entenderse aquella que, con anterioridad a la fecha de presentación de solicitud de la marca, designa el género o la especie de los productos o servicios que se quiere distinguir con ella.

[...]

Se ha sostenido contundentemente en la doctrina que: “Toda palabra que se entienda y reconozca por el público en general (...) como el nombre o designación de un producto o servicio, no es marca”.

Así mismo, es importante destacar que una marca denominativa, compuesta de uno o más vocablos genéricos, podría ser registrada siempre y cuando, en su conjunto, revista un suficiente grado de distintividad, que no la haga ver como un vocablo que designe los productos o servicios que pretende identificar, o las cualidades o características principales de dichos bienes. En consecuencia, difícilmente podrá registrarse un signo que esté compuesto por dos términos genéricos, a los cuales se les interpone una conjunción que no resulta suficiente para desvirtuar la genericidad de los vocablos que lo componen, hecho que resulta más palpable al momento de observar la representación gráfica del signo solicitado en registro.

[...] (lo resaltado es propio)

También denegó el Registro de origen, la inscripción del signo propuesto por la causal contenida en el inciso j) del numeral 7 precitado, pues consideró que el término “CHILIMÓN” puede resultar



engañoso con respecto a los productos que se solicita distinguir con la marca pretendida, tome en cuenta el recurrente que el engaño no debe resultar inminente, sino que el operador jurídico de primera instancia verifica que exista la posibilidad de engaño, es decir que el consumidor pueda percibir e interpretar de la marca observada alguna cualidad, origen o característica –entre otros– que en la realidad no brindan ni poseen los productos o servicios ofrecidos, en cuanto al tema del posible engaño marcario, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en la interpretación prejudicial 501-IP-2019 del 28 de febrero de 2020 determinó:

[...]

La citada prohibición se desarrolla a través de una enumeración no exhaustiva de supuestos que tienen en común el motivo que impide su registro, el cual es que el signo engañoso no cumple las funciones propias del signo distintivo, toda vez que en lugar de indicar el origen empresarial del producto o servicio a que se refiere y su nivel de calidad, induce a engaño en torno a esas circunstancias a los medios comerciales o al público consumidor o usuario, y de este modo enturbia el mercado.

**El Engaño se produce cuando un signo provoca en la mente del consumidor una distorsión de la realidad acerca de la naturaleza del bien o servicio, sus características, su procedencia, su modo de fabricación, la aptitud para su empleo y otras informaciones que induzcan al público a error.** La prohibición de registrar signos engañosos, tal como se ha pronunciado este Tribunal se dirige a precautelar el interés general o público; es decir, del consumidor. El carácter engañoso es relativo, esto quiere decir,



que no hay signos engañosos en sí mismos. Podrán serlo según los productos o servicios que vayan a distinguir.

[...] (el énfasis es propio)

A partir de lo expuesto, este Tribunal considera que lo resuelto por el Registro de la Propiedad Intelectual se ajusta al derecho marcario, pues el término “CHILIMÓN” contenido en la marca es descriptivo y está referido a productos que contienen chile y limón para el consumidor medio costarricense, no puede aceptar este Tribunal los agravios expuestos por la recurrente y referido que el término CHILIMÓN no corresponde a un vocablo reconocido dentro del español normativo, o que el término no se encuentra registrado en diccionarios académicos oficiales, pues como lo resolvió el *a quo*, dicho vocablo transmite al consumidor del mercado de bienes y servicios costarricense el sabor y las cualidades de productos que contienen como ingredientes, chile y limón, note el recurrente que la marca propuesta solicita distinguir en clase 29 internacional snacks, bocadillos, ensaladas, frituras, entre otros; y en clase 30 internacional, productos comestibles, helados, productos para sazonar, pastas alimenticias, entre otros que el consumidor, pacíficamente asociará con los ingredientes chile y limón, resultando que el signo no solo es engañoso en caso que los productos no posean esos ingredientes y resulta descriptivo en el caso que los productos sí posean el sabor descrito por la marca, es claro para este Órgano Colegiado que en caso que los productos representados por la marca propuesta poseen sabor a chile y limón, inevitablemente la marca es descriptiva al incluir esa cualidad en el vocablo del signo marcario, por lo que se rechazan los agravios del recurrente en este sentido.



En cuanto al agravio referido a que el término “CHILIMÓN” no constituye la denominación técnica, necesaria ni habitual de ningún producto específico comprendido en las clases 29 o 30 de la Clasificación de Niza y que el vocablo no equivale ni sustituye términos descriptivos comúnmente utilizados en el mercado; este Tribunal rechaza este agravio porque el inciso d) del artículo 7 es claro al prohibir el registro de signos cuyos términos puedan servir para calificar o describir alguna característica del producto, lo cual se ajusta al caso de examen, tal y como se ha expuesto y determinó el Registro de origen, contrario a lo que considera el recurrente que la expresión CHILIMÓN no constituye una denominación usual en el mercado costarricense.

Conforme a lo dictado y contrario a los agravios formulados por el recurrente, en nuestro mercado costarricense el término CHILIMÓN no es un signo que requiere un proceso mental de asociación y deducción para que el consumidor pueda vincularlo con una posible combinación de sabores; no se ubica dentro de la categoría de signos sugestivos, ni evoca una idea general o una sensación gustativa, propia de una creación marcaria con carga imaginativa, tal y como expresa el agravante; para este Tribunal es claro que en el mercado pertinente, sea el costarricense, dicho signo propuesto identifica claramente los ingredientes precitados conforme se ha expuesto.

Por todo lo anteriormente expuesto se desprende que tal y como resolvió el Registro de la Propiedad Intelectual, el signo solicitado incurre en las prohibiciones contenidas en los incisos d), g) y j) del artículo 7 de la Ley de marcas, al resultar descriptivo, carente de



distintividad y susceptible de inducir a error al consumidor respecto de las cualidades de los productos que pretende distinguir.

**QUINTO: SOBRE LO QUE DEBE RESOLVERSE.** Por las razones expuestas, de conformidad con las reglas de la ciencia, lógica y sana crítica y los incisos d), g) y j) del artículo 7 de la Ley de marcas, este Tribunal, declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la empresa PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELI, S.A. DE C.V., en contra de la resolución venida en alzada.

#### POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada Marianella Arias Chacón, en su condición de apoderada especial de la empresa PRODUCTOS ALIMENTICIOS BOCADELI, S.A. DE C.V., en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 14:39:44 horas del 11 de septiembre de 2025; la que en este acto **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 el artículo 42 del Reglamento Operativo de este Tribunal, Decreto Ejecutivo 43747-MJP. 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. **NOTIFIQUESE.**



Karen Quesada Bermúdez

Oscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla

Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza

dcg/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

Marcas y signos distintivos

TE. Marcas inadmisibles

TG. Propiedad Industrial

TR. Registro de marcas y otros signos distintivos

TNR. 00.41.55