



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0576-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA “ALO”

ALO LLC., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2025-8150)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0314-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las nueve horas con veinticuatro minutos del catorce de mayo de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada Monserrat Alfaro Solano, con cédula de identidad 1-1149-0188, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa de **ALO LLC**, sociedad constituida y existente conforme a las leyes de Estados Unidos de América, domiciliada en 9830 Wilshire Boulevard, Beverly Hills, California 90212, Estados Unidos de América, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 12:05:52 del 28 de octubre de 2025.

Redacta la juez Quesada Bermúdez



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 29 julio de 2025, la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, con cédula de identidad 1-1359-0010, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de **ALO LLC**, presentó solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio “**ALO**”, para proteger y distinguir en clase 14 internacional: artículos de bisutería; artículos de joyería; joyas personalizadas; joyería de metales preciosos; joyería fina; artículos de joyería de oro; artículos de joyería de plata; joyas de platino; joyas de diamantes; joyas chapadas con metales preciosos; joyas de piedras preciosas y semipreciosas; metales preciosos y piedras preciosas; piedras semipreciosas; piedras preciosas y semipreciosas; diamantes; perlas [joyería]; joyería de fantasía; relojes; aretes; anillos [joyas]; collares [joyería]; brazaletes [joyería]; colgantes; organizadores de joyas [cajas]; relojes de deporte; llaveros; pulseras de reloj; alfileres de corbata; gemelos (mancuernillas); artículos de joyería de cuentas de madera; joyas que incorporan tecnología para reequilibrar el campo energético humano; joyas que incorporan un dispositivo de almacenamiento informático que contiene información médica para fines de alerta médica; joyas autenticadas por tókenes no fungibles [NFT]; dijes [artículos de joyería].

Mediante resolución de las 12:05:52 del 28 de octubre de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la solicitud presentada al determinar su inadmisibilidad conforme al artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).



Inconforme con lo resuelto la representación de la empresa **ALO LLC**, apeló y expuso como agravios lo siguiente:

1. Las marcas **ALO** y **HALO** no son idénticas ni similares. “**HALO**” es una palabra del idioma inglés con un significado concreto (“aureola”), evocando una idea religiosa/espiritual, mientras que “**ALO**” carece de significado en español o inglés, lo que lo convierte en un signo de fantasía. “**HALO**” evoca un concepto conocido y descriptible (aureola, resplandor); “**ALO**” no sugiere ese mismo significado, la ausencia de concepto en **ALO** le da un carácter distintivo independiente.

2. Ambas marcas tienen pronunciación distinta.

3. La marca “**HALO**” ha dejado de ser comercializada en el mercado mundial, las pruebas aportadas no son solo locales sino mundiales; la empresa **AMAZON** abandonó su marca **HALO** a nivel mundial y fue objeto de cobertura en diversos medios, razón por la que es injustificado que un signo en desuso obstaculice el registro de la marca de su cliente. El hecho de mantener la objeción resultaría conceder derecho marcario vacío que bloquearía el acceso de nuevos competidores.

4. La marca solicitada tiene aptitud distintiva para existir legalmente en Costa Rica.

5. Su representada tiene registrada la marca **ALO** registro 412038, desde el 31 octubre 2025 en clases 4, 18, 24, 26, 35 y 41; coexiste con la marca **HALO** en clases que son similares y complementarias.



SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Este Tribunal tiene por demostrado y relevante para el dictado de la presente resolución, que en el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentra inscrita la marca **HALO**, registro 301181, inscrita el 25 de noviembre de 2021, vigente hasta el 25 de noviembre de 2031, propiedad de **AMAZON TECHNOLOGIES, INC.**, para proteger y distinguir productos y servicios de las clases 9, 38, 44 y 45, así como en clase 14: joyería; estuches de joyería; cajas de joyería; broches ornamentales; brazaletes; anillos; collares; cadenas; pulseras/brazaletes de brazo (**folios 6 y 7** del legajo de apelación).

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. No se encuentran hechos con tal carácter que resulten 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. La Ley de marcas, en su artículo 2, 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 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.

De lo anterior se desprende que la marca es el signo capaz de



identificar y distinguir un producto o servicio de otros en el mercado. La aptitud distintiva y lo que provoque en el consumidor es la esencia de la marca; la distintividad constituye el fundamento de su protección, porque no solo le otorga al producto o servicio de que se trate una identidad propia que la hace diferente a otras, sino que contribuye a que el consumidor pueda distinguirla eficazmente de otras pertenecientes a los competidores en el mercado, con lo que se evita alguna confusión al respecto.

Para determinar si un signo contiene esta aptitud distintiva, el registrador ha de realizar un examen de los requisitos sustantivos, intrínsecos y extrínsecos, y determinar que no se encuentre comprendido en las causales de rechazo contenidas en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas, referidas a la capacidad misma del signo para identificar el producto o servicio, y que no genere un riesgo de confusión a los consumidores respecto de su origen empresarial.

En este sentido, el artículo 8 de la Ley de marcas 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:

- 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.

[...]

De acuerdo con la norma transcrita no es registrable como marca un signo idéntico o similar a uno previamente registrado o en trámite de registro por parte de un tercero, por cuanto no tendría carácter distintivo y generaría riesgo de confusión o de asociación empresarial. Sobre este tema el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 19-IP-2022, p. 5, hace el siguiente análisis:

a) El **riesgo de confusión** puede ser directo o indirecto:

El riesgo de confusión directo está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor, al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro distinto;

El riesgo de confusión indirecto se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

b) El **riesgo de asociación** consiste en la posibilidad de que el consumidor, a pesar de diferenciar los signos en conflicto y el origen empresarial del producto o servicio, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto o el prestador del servicio respectivo, tiene una relación o vinculación económica con otro agente del mercado.



Así, para que prospere el registro de un signo distintivo, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que se presenta cuando entre dos o más signos existen similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos, sea de carácter visual, auditivo o ideológico; para lo que se 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 atenderse a la impresión de conjunto que despierten las 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 hubiera entre ellos.

Ahora bien, para realizar el cotejo entre el signo solicitado y los registrados, no solo es de aplicación el artículo 8 incisos a) y b) de la ley de cita, sino también el artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas (decreto ejecutivo 30233-J) establece reglas que se deben seguir:

a) Los signos en conflicto deben examinarse en base de la impresión gráfica, fonética y/o ideológica que producen en su conjunto, como si el examinador o el juzgador estuviese en la situación del consumidor normal del producto o servicio de que se trate.

[...]

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; [...]

Así las cosas y en atención al caso en examen, la marca solicitada y el signo inscrito son los siguientes:

Signo solicitado

ALO

Signo inscrito

HALO

Tal como se indicó, ambos signos protegen productos en la clase 14 y los listados correspondientes constan en los considerando primero y segundo de la presente resolución.

El cotejo anterior permite determinar que gráficamente, el signo solicitado **ALO** incorpora prácticamente la totalidad del elemento denominativo de la marca registrada **HALO**, en la misma secuencia y disposición de las letras; ambas marcas se presentan en letra mayúscula y de idéntica tipografía, su única diferencia es la ausencia de la letra "H" en el signo solicitado, lo que resulta insuficiente para cumplir con el requisito de distintividad y para permitir su coexistencia registral.

En consecuencia, el consumidor, quien no realiza un examen comparativo simultáneo de los signos, consideraría de forma natural que ambos identifican un mismo origen empresarial o que existe



alguna relación económica entre sus titulares.

Ninguno de los signos incorpora elementos figurativos o gráficos que permitan disminuir las similitudes derivadas de sus denominaciones. Al tratarse de marcas exclusivamente denominativas, el análisis comparativo recae íntegramente sobre el elemento verbal, circunstancia que fortalece el grado de similitud existente entre ellas.

Debe recordarse que el estudio marcario se efectúa de manera integral, no fragmentado en sus elementos sino desde una percepción global y en conjunto.

La semejanza gráfica y denominativa de la marca solicitada con el signo inscrito, es susceptible de generar riesgo de confusión directa o indirecta, lo que se traduce en un riesgo de asociación en el mercado. En consecuencia, se debe denegar la inscripción rogada.

Desde el punto de vista fonético, contrario a lo que señala el apelante, los signos presentan una pronunciación igual, lo que genera un impacto sonoro prácticamente idéntico. Debido a que la letra “H” no tiene sonido alguno en el idioma español (se conoce como una letra muda) los signos enfrentados se vocalizan de forma igual **ALO/HALO**, razón que resulta suficiente para que el consumidor medio pueda incurrir en confusión respecto del origen empresarial de los productos o servicios que distinguen las marcas, pues al compartir una estructura fonética muy cercana, existe la posibilidad de que el público asuma que ambos signos identifican productos o servicios provenientes de una misma empresa o de empresas económicamente vinculadas. Este riesgo se fortalece por el hecho que los signos están



destinados a distinguir productos dirigidos al mismo segmento del mercado, circunstancia que incrementa la probabilidad de confusión y de asociación empresarial.

En lo que respecta al contexto ideológico, el contenido conceptual representa un elemento relevante a la hora de realizar la similitud o no entre signos marcarios; esta semejanza ideológica se da cuando al comparar dos marcas, se evoca la misma idea de otras similares que impide que el consumidor las pueda distinguir; en este caso, las denominaciones **ALO** y **HALO** poseen significados distintos entre sí. El término **ALO** es un término de fantasía que no tiene significado en el idioma español, mientras que **HALO** puede referirse a un fenómeno óptico atmosférico, a un círculo de luz, una aureola que suele representarse sobre la cabeza de las imágenes sagradas, o al resplandor que se atribuye a una persona (ver: <https://dle.rae.es/halo?m=form>). Por ello, los términos no evocan un mismo contenido lingüístico.

Debido a lo anterior, el signo que se pretende proteger no cuenta con la capacidad distintiva necesaria con relación a la marca inscrita, por cuanto del cotejo realizado se determina que entre ellas existen más similitudes que diferencias.

Ahora bien, realizado el cotejo entre los signos en pugna y determinadas las semejanzas entre ellos, es necesario llevar a cabo el análisis del principio de especialidad conforme lo dispone el artículo 24 del Reglamento de la Ley de marcas. Las reglas establecidas en el citado cuerpo normativo persiguen evitar la confusión del consumidor al momento de elegir productos o servicios en el comercio;



y, por otro lado, hacer prevalecer los derechos fundamentales del titular de una marca u otro signo distintivo registrado con anterioridad de impedir que terceros utilicen el signo o uno similar para distinguir productos o servicios idénticos, similares o relacionados a los registrados, cuando el uso dé lugar a la posibilidad de confusión o asociación, principios que precisamente se encuentran en el artículo 25 de la Ley de marcas.

En el presente caso el signo solicitado pretende proteger productos en clase 14 al igual que el signo registrado, los cuales son iguales o están relacionados, van dirigidos al mismo mercado de consumo de joyería y accesorios personales, por lo que comparten su finalidad en el mercado y satisfacción en el consumidor, por ello pueden ser confundidos, pues comparten canales de distribución y comercialización y cuando el consumidor los observe, podría pensar que forman parte del mismo grupo económico, situación que los confundiría y es precisamente eso lo que se debe evitar.

Una vez realizado el análisis correspondiente, este Tribunal comparte lo expresado por el Registro de la Propiedad Intelectual en la resolución venida en alzada; se confirma que el signo pretendido infringe el numeral 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas, ante la semejanza entre los signos cotejados, además de la relación existente entre los productos que se pretenden proteger y comercializar por la compañía solicitante, con respecto a los que protege y comercializa la compañía titular del signo marcario inscrito; por lo que se debe denegar la protección registral rogada.

En cuanto a los agravios expuestos por el recurrente con relación al



cotejo de los signos en pugna, este Tribunal estima que tales argumentos ya han sido debidamente abordados en el presente análisis; determinándose su inadmisibilidad conforme al artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas.

Conviene aclarar que los signos que tenga registrados la compañía solicitante no son vinculantes para la resolución del presente asunto, debido a que la calificación de cada signo es independiente; además, la supuesta falta de uso comercial del signo inscrito no forma parte del objeto de análisis del presente procedimiento, pues no corresponde determinar si el signo inscrito se utiliza o no en el mercado costarricense. El acta notarial aportada por el interesado como prueba (imagen 13 del expediente principal) carece de relevancia para la resolución de este asunto, toda vez que el signo inscrito se encuentra vigente y, para efectos registrales, continúa gozando de la protección que le otorga el registro.

En consecuencia, si el interesado pretende hacer valer la falta de uso del signo registrado, deberá promover el procedimiento correspondiente para ese fin. En el presente trámite, el análisis se limita exclusivamente a valorar la procedencia de la inscripción de la marca solicitada, sin que resulte posible conocer o resolver aspectos relacionados con la eventual falta de uso del signo previamente inscrito. Debido a lo anterior, las alegaciones formuladas por la apelante en ese sentido no son de recibo.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por las consideraciones expuestas, este Tribunal de alzada determina que la marca propuesta incurre en la inadmisibilidad por derechos de



terceros conforme el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas; por ello, se debe declarar sin lugar el recurso de apelación en contra de la resolución venida en alzada.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas este Tribunal declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la señora Monserrat Alfaro Solano, en su condición de apoderada especial de la empresa de **ALO LLC**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 12:05:52 del 28 de octubre de 2025, la cual **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 dejará en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFIQUESE.**

Firmado digitalmente por
KAREN CRISTINA QUESADA BERMUDEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 13/08/2026 09:29

Karen Quesada Bermúdez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 14/08/2026 08:46

Óscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 13/08/2026 09:32

Cristian Mena Chinchilla



Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 13/08/2026 10:21

Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 13/08/2026 10:30

Norma Ureña Boza

mut/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

Marca registrada o usada por tercero

TG: Marcas inadmisibles por derechos de terceros

TNR: 00.41.36