



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2026-0126-TRA-PI

**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO SEÑAL DE PUBLICIDAD
COMERCIAL DEL SIGNO “Hidratación sin calorías, cero azúcar”
SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V., apelante
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2025-13950)
MARCAS Y OTROS SIGNOS**

VOTO 0480-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las nueve horas con cincuenta y ocho minutos del catorce de julio de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, vecina de Escazú, portadora de la cédula de identidad: 1-1359-0010, en su condición de apoderada especial de la compañía **SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V.**, sociedad organizada y existente conforme las leyes de México, domiciliada en Avenida España Número 1840, Colonia Moderna, Z.C. 44190, en Guadalajara, Jalisco, México; en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 09:05:31 horas del 18 de febrero de 2026.

Redacta el juez Óscar Rodríguez Sánchez



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. Por medio del escrito presentado el 8 de diciembre de 2025, la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, en su condición de apoderada especial de la compañía **SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V.**; solicitó la inscripción de la señal de propaganda **“Hidratación sin calorías, cero azúcar”**, para promocionar aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas no alcohólicas, bebidas de frutas y jugos de frutas, jarabes y otras preparaciones para hacer bebidas, todos con función hidratante relacionados con la marca Electrolit Diseño registro número 241858 (limitación visible a folios 12 y 13 del expediente principal).

Mediante resolución de las 09:05:31 horas del 18 de febrero de 2026, el Registro de la Propiedad Intelectual, rechazó la inscripción de la señal de propaganda **“HIDRATACIÓN SIN CALORÍAS, CERO AZÚCAR”**, al considerar que contiene elementos descriptivos en relación con los productos distinguidos por la marca a la cual se vincula y que, por consiguiente, su apropiación exclusiva podría otorgar una ventaja indebida frente a los competidores y afectar la libre competencia. Con fundamento en esas consideraciones, estimó que el signo contraviene lo dispuesto en el artículo 2 y 62, de la Ley de marcas y otros signos distintivos.

Inconforme con lo resuelto, la representación de la empresa **SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V.** apeló, expresando como agravios lo siguiente:



1. El Registro realiza una incorrecta interpretación de la naturaleza jurídica de las señales de publicidad comercial.

2. La función de una señal de publicidad comercial no es identificar el origen empresarial de los productos, como ocurre con las marcas, sino atraer la atención del consumidor y reforzar o complementar una marca previamente registrada. Por ello, el análisis de distintividad de estos signos debe realizarse conforme a su finalidad específica, resultando improcedente exigirles el mismo grado de distintividad requerido para las marcas.

3. La expresión “Hidratación sin calorías, cero azúcar” no pretende identificar los productos de manera independiente, sino reforzar el mensaje comercial de la marca “ELECTROLIT DISEÑO”, debidamente registrada y posicionada en el mercado. La señal actúa como un elemento complementario que comunica al consumidor una cualidad asociada al posicionamiento de la marca, sin sustituir ni afectar la función distintiva de la marca principal.

4. Los términos “sin calorías” y “cero azúcar” describen características objetivas y verificables de los productos de la línea. No constituyen engaño ni requieren que todos los productos reflejen literalmente cada término. La señal no induce al consumidor a error, y su uso estará limitado a productos cuya función hidratante es real y conocida por el público.

5. La expresión “HIDRATACIÓN SIN CALORÍAS, CERO AZÚCAR”, considerada en su totalidad, cumple una función diferenciadora y promocional, fortaleciendo la identidad y comunicación de la marca,



sin afectar la libre competencia ni impedir el uso descriptivo de términos similares por terceros.

Solicita declarar con lugar el presente recurso de apelación, y revocar la resolución denegatoria de la solicitud de inscripción de la señal de publicidad comercial “Hidratación sin calorías, cero azúcar”, expediente: 2025-0013950, para que se continúe con su proceso de inscripción.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hecho con tal carácter lo siguiente:

1. En el Registro de la Propiedad Intelectual, se encuentra inscrita la marca de fábrica y



comercio , registro 241858, inscrita desde el 16 de febrero de 2015, vigente hasta el 16 de febrero de 2035, titular: SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V., para proteger y distinguir en clase 32 internacional: Cervezas, aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas no alcohólicas, bebidas de frutas y jugos de frutas, jarabes y otras preparaciones para hacer bebidas (visible a folio 5 y 6 del legajo digital de apelación).

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 deban ser saneados.

No obstante, se observa que, en el considerando denominado “V. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO” de la resolución recurrida, se consignó erróneamente que la señal de propaganda solicitada contiene elementos descriptivos en relación con el giro protegido por el nombre comercial con que se relaciona. Sin embargo, de la información que consta en el expediente, así como del análisis desarrollado en el fondo de esta resolución, se desprende que la señal de propaganda se pretende relacionar con una marca de fábrica y comercio y no a un nombre comercial.

Dicha imprecisión constituye un error material que no afecta la validez del acto recurrido, no genera nulidades o indefensión a la parte.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. En el presente caso se solicitó la inscripción de la señal de propaganda **“Hidratación sin calorías, cero azúcar”**, para promocionar aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas no alcohólicas, bebidas de frutas y jugos de frutas, jarabes y otras preparaciones para hacer bebidas, todos con

función hidratante relacionados con la marca



registro

número 241858.

El Registro de la Propiedad Intelectual rechazó la inscripción solicitada, al considerar que la señal de propaganda se encuentra



conformada por expresiones descriptivas relacionadas con los productos distinguidos por la marca a la cual se vincula.

En virtud de lo anterior, corresponde a este Tribunal conocer el recurso de apelación interpuesto por la representación de la compañía **SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V.**, a fin de determinar si la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentra ajustada al ordenamiento jurídico vigente y, consecuentemente, establecer si el signo solicitado reúne los requisitos exigidos por la normativa para acceder a la protección registral.

Para resolver el asunto, resulta necesario partir del concepto de expresión o señal de publicidad comercial. Al respecto, el artículo 2 de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas) en su artículo 2, define la expresión o señal de publicidad comercial de la siguiente manera:

[...]

Toda leyenda, anuncio, lema, frase, combinación de palabras, diseño, grabado o cualquier otro medio similar, siempre que sea original, característico y se emplee para atraer la atención de los consumidores o usuarios sobre determinado producto, servicio, empresa, establecimiento o local comercial.

[...]

De la anterior definición, se desprende que la finalidad de la expresión o señal de publicidad comercial o propaganda consiste en captar el interés del público consumidor sobre determinado producto, servicio,



empresa, establecimiento o local comercial. Para cumplir esa función y acceder a protección registral, la expresión debe ser original y característica, es decir, poseer elementos propios y particulares que permitan individualizar el mensaje publicitario con respecto al objeto que se pretende promocionar.

En este sentido, una expresión o señal de publicidad se podrá registrar cuando cumpla los requisitos enunciados en el artículo 2, y que a su vez no se encuentre dentro de las prohibiciones taxativas que contempla el artículo 62 de la Ley citada, norma que dispone:

Artículo 62. Prohibiciones para el registro. No podrá registrarse como marca una expresión o señal de publicidad comercial incluida en alguno de los casos siguientes:

- a) La comprendida en alguna de las prohibiciones previstas en los incisos c), d), h), i), j), l), m), n), ñ) y o) del artículo 7 de la presente ley.
- b) La que sea igual o similar a otra ya registrada, solicitada para registro o en uso por parte de un tercero.
- c) La que incluya un signo distintivo ajeno, sin la debida autorización.
- d) Aquella cuyo uso en el comercio sea susceptible de causar confusión respecto de los productos, servicios, empresas o establecimientos de un tercero.
- e) La comprendida en alguna de las prohibiciones previstas en los incisos e), f), g), h), i), j) y k) del artículo 8 de la presente ley.



f) Aquella cuyo uso en el comercio constituya un acto de competencia desleal.

En consecuencia, la expresión solicitada debe examinarse no solo a partir de la originalidad y del carácter particular exigidos por el artículo 2, sino también conforme las prohibiciones de registro establecidas en el numeral 62 y las disposiciones a la cuales este remite.

En el caso concreto, la señal de propaganda **“Hidratación sin calorías, cero azúcar”** debe analizarse en relación con los productos que pretende promocionar, a saber, “aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas no alcohólicas, bebidas de frutas y jugos de frutas, jarabes y otras preparaciones para hacer bebidas, todos con función hidratante relacionados con la marca Electrolit Diseño registro número 241858”. Desde esa perspectiva, la expresión propuesta comunica de manera directa e inmediata al consumidor determinadas características o cualidades de esos productos: por una parte, su finalidad hidratante y, por otra, la ausencia de calorías y azúcar. Por consiguiente, el público destinatario no requiere realizar ningún esfuerzo intelectual o imaginativo para comprender el mensaje, pues este se limita a describir atributos que pueden estar presentes en las bebidas promocionadas.

Asimismo, la combinación de los vocablos que integran la señal no introduce una construcción novedosa, particular o suficientemente original que permita apreciarla como un mensaje publicitario individualizador. Por el contrario, se trata de expresiones de uso común en el mercado de bebidas, necesarias para informar al



consumidor acerca de su composición, propiedades o beneficios, cuya apropiación exclusiva podría impedir que otros agentes económicos las utilicen legítimamente para describir productos con características semejantes.

En consecuencia, aun cuando la frase pueda cumplir una función promocional, carece de la originalidad y del carácter particular exigidos por el artículo 2 de la Ley de marcas, al encontrarse conformada exclusivamente por indicaciones descriptivas vinculadas de forma directa con los productos promocionados. Por ello, la señal solicitada no reúne las condiciones necesarias para acceder a la protección registral, de conformidad con los artículos 2 y 62 de la citada ley.

Así las cosas, examinada la expresión **“Hidratación sin calorías, cero azúcar”** en su conjunto y en relación con los productos que pretende promocionar, este Tribunal concluye que transmite de manera directa e inmediata información sobre su función hidratante y sobre la ausencia de calorías y azúcar. El consumidor no requiere efectuar un proceso intelectual o imaginativo para comprender el mensaje comunicado, por lo que la frase no resulta evocativa o sugestiva, sino descriptiva de cualidades y características de los productos vinculados.

Asimismo, la combinación propuesta no incorpora elementos creativos o particulares que le otorguen la originalidad y el carácter exigidos para su protección registral. En consecuencia, el signo incumple los requisitos establecidos en el artículo 2 e incurre en la prohibición contenida en el artículo 62 inciso a), en relación con el



artículo 7 inciso d), de la Ley de marcas.

El apelante argumenta que el Registro realiza una interpretación incorrecta de la naturaleza jurídica de las señales de publicidad comercial, lo cual no es de recibo. La resolución recurrida no desconoce su función publicitaria ni pretende equipararla con la función identificadora propia de las marcas. El rechazo obedece a que la expresión solicitada, examinada en relación con los productos que promociona, no reúne las condiciones exigidas por la legislación aplicable, pues comunica directamente características o cualidades de esos productos. La Ley de marcas define la señal de publicidad como una leyenda, frase o medio similar que, además de atraer la atención del consumidor, debe ser original y característico; asimismo, somete su registro a las prohibiciones establecidas en el artículo 62.

En cuanto a la función promocional de la señal y el grado de distintividad exigible. Este Tribunal reconoce que la finalidad primordial de una señal de publicidad comercial no consiste en identificar por sí sola el origen empresarial de los productos, sino en atraer la atención del público y complementar la comunicación comercial de la marca con la que se relaciona. Sin embargo, esa diferencia funcional no significa que cualquier expresión promocional pueda acceder al registro. Aunque no resulte procedente exigirle la misma capacidad distintiva que a una marca, sí debe poseer un contenido original y característico que permita individualizar el mensaje publicitario.

El recurrente señala que la expresión propuesta no pretende identificar los productos de manera independiente, sino reforzar el



mensaje comercial de la marca *Electrolit* y que la señal actúa como un elemento complementario que comunica al consumidor una cualidad asociada al posicionamiento de la marca, criterio que no comparte este órgano de alzada. El hecho de que la expresión solicitada se encuentre vinculada con una marca previamente registrada no subsana sus impedimentos intrínsecos de registrabilidad. La protección y la capacidad distintiva de la marca relacionada no se trasladan automáticamente a la señal de publicidad, por lo que esta última debe cumplir, por sí misma, los requisitos previstos por el ordenamiento jurídico. Si bien la frase puede reforzar el mensaje comercial de la marca principal, ello no altera que su contenido informa directamente al consumidor que los productos cumplen una función hidratante y carecen de calorías y azúcar. Por tanto, su carácter complementario no transforma esas expresiones descriptivas en un mensaje original o particular.

Con respecto a que los términos empleados describen características reales y verificables, y que la señal no induce a error al consumidor, este alegato no desvirtúa la causal aplicada y tampoco resulta un argumento válido. La veracidad del mensaje y su eventual carácter no engañoso constituyen aspectos distintos de su naturaleza descriptiva. La prohibición contenida en el artículo 62 inciso a), en relación con el artículo 7 inciso d) de la Ley de marcas, alcanza aquellas expresiones que puedan servir en el comercio para describir características de los productos, con independencia de que la información comunicada sea verdadera.

Sobre la apreciación de la expresión en su conjunto y su supuesta



función diferenciadora. Estima este Tribunal que, aun examinada en su totalidad, la expresión propuesta, conserva un significado directo e inmediatamente comprensible para el consumidor. La combinación de sus componentes no genera un significado diferente del que cada uno aporta individualmente, ni incorpora una construcción conceptual inusual o algún elemento creativo que le confiera originalidad. Se trata de una frase promocional que informa sobre la finalidad y determinadas características de los productos.

El hecho de que una expresión cumpla una función publicitaria o resulte comercialmente atractiva no implica, por sí solo, que posea la originalidad necesaria para acceder al registro. Tampoco resulta atendible afirmar que su inscripción no afectaría la libre competencia ni impediría el uso de expresiones semejantes por terceros, pues la causal que impide su registro procura evitar la apropiación exclusiva de indicaciones que otros competidores pueden necesitar para describir productos con iguales características.

En virtud de que los argumentos expuestos no desvirtúan el carácter descriptivo de la expresión solicitada ni demuestran que esta posea la originalidad y el carácter particular requeridos, este Tribunal concluye que los agravios formulados deben ser rechazados.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por las razones expuestas, este Tribunal considera procedente declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, en su condición de apoderada especial de la compañía **SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, venida



enalzada.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, en su condición de apoderada especial de la compañía **SUEROS Y BEBIDAS REHIDRATANTES, S.A. DE C.V.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 09:05:31 horas del 18 de febrero de 2026, la que en este acto **se confirma**. Sobre lo decidido 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**.

Karen Quesada Bermúdez

Óscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla

Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza



gmq/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

Marcas y signos distintivos

TE. Marcas inadmisibles

TG. Propiedad Industrial

TR. Registro de marcas y otros signos distintivos

TNR. 00.41.55