



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0584-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

APOLO CAPITAL LIMITADA, apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2025-9951)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS



VOTO 0319-2026

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

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada María Laura Valverde Cordero, cédula de identidad 1-1331-0307, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa **APOLO CAPITAL LIMITADA**, cédula jurídica 3-102-934185, organizada y existente conforme las leyes de Costa Rica, con domicilio en San José, Tibás, 300 norte del costado norte del Cementerio, contiguo a Megasubastas USA, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 10:17:52 horas del 4 de noviembre de 2025.

Redacta la juez Quesada Bermúdez



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. Mediante escrito presentado en el Registro de la Propiedad Intelectual el 5 de setiembre de 2025, la abogada María Laura Valverde Cordero, en su condición de apoderada especial de la empresa **APOLO CAPITAL LIMITADA**, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y servicios



para proteger y distinguir los siguientes productos y servicios: en clase 9: software; en clase 36: administración de negocios financieros; análisis financiero; asesoramiento financiero; gestión financiera; gestión financiera de pagos de reembolso para terceros; operaciones de cambio; operaciones de cambio de criptomonedas; operaciones financieras de criptomonedas; procesamiento de pagos por tarjeta de crédito; procesamiento de pagos por tarjeta de débito; servicios bancarios en línea prestados en entornos virtuales; servicios de administración de reclamaciones de garantía; servicios de banca móvil; servicios de pago por billetera electrónica / servicios de pago por monedero electrónico; servicios fiduciarios; suministro de información financiera por sitios web; transferencia electrónica de criptomonedas; transferencia electrónica de fondos; transferencia electrónica de fondos mediante la tecnología de cadena de bloques; y en clase 42: actualización de software; – almacenamiento electrónico de criptomonedas; – almacenamiento electrónico de datos; – alojamiento de entornos virtuales; – cadena de bloques como servicio [baas]; – consultoría sobre diseño de sitios web; – consultoría sobre seguridad de datos; – consultoría sobre seguridad en internet; – consultoría sobre seguridad informática; – consultoría



sobre software; – consultoría sobre tecnología de telecomunicaciones; – consultoría sobre tecnología informática; – minería de criptomonedas / criptominería; – plataforma como servicio [Paas]; – servicios de autenticación de usuarios mediante la tecnología de cadena de bloques; servicios de autenticación de usuarios mediante la tecnología de inicio de sesión único para aplicaciones de software en línea; servicios de autenticación de usuarios por vía tecnológica para transacciones de comercio electrónico; actualización de software; almacenamiento electrónico de criptomonedas; almacenamiento electrónico de datos; alojamiento de entornos virtuales; cadena de bloques como servicio [baas]; consultoría sobre diseño de sitios web; consultoría sobre seguridad de datos; consultoría sobre seguridad en internet; consultoría sobre seguridad informática; consultoría sobre software; consultoría sobre tecnología de telecomunicaciones; consultoría sobre tecnología informática; minería de criptomonedas / criptominería; plataforma como servicio [paas]; servicios de autenticación de usuarios mediante la tecnología de cadena de bloques; servicios de autenticación de usuarios mediante la tecnología de inicio de sesión único para aplicaciones de software en línea; servicios de autenticación de usuarios por vía tecnológica para transacciones de comercio electrónico.

Luego del análisis correspondiente, mediante resolución final dictada a las 10:17:52 horas del 4 de noviembre de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la inscripción del signo solicitado porque consideró que gráfica, fonética e ideológicamente es

semejante a los signos registrados



y APOLLO GAMES,



debido a que la palabra distintiva **APOLO**, está contenida en tales signos, además, pretende proteger productos y servicios estrechamente relacionados con los que protegen los signos registrados, lo que provoca, en el consumidor medio, riesgo de confusión por asociación, pues este puede asumir que son del mismo origen empresarial; todo lo anterior de conformidad con el 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 abogada María Laura Valverde Cordero, en representación de la empresa APOLO CAPITAL LIMITADA, apeló y expuso como agravios los siguientes:

1. La marca solicitada debe analizarse en su conjunto, considerando no solo la denominación Apolo, sino también los elementos gráficos distintos que la acompañan, una serie de figuras de distintos colores que se proyectan en diagonal hacia arriba desde la letra “A” de la palabra Apolo.

2. Las marcas APOLLO GAMES, incorporan de manera explícita el término **GAMES**, que vincula directamente al signo distintivo con su ámbito de aplicación, los juegos. Si bien existe coincidencia parcial en la secuencia de palabras, los signos en conflicto presentan diferencias sustanciales en cuanto a la tipografía, color y composición gráfica, lo que permite distinguirlos en el mercado. Mientras que las marcas registradas por el tercero evocan de manera directa e inequívoca el concepto de juegos, el signo solicitado no sugiere un campo de actividad específico, reforzando así su distintividad.



3. Si bien los signos coinciden en dos de sus clases (9 y 42), los ámbitos de protección dentro de esas clases no son coincidentes; mientras la marca solicitada se vincula a servicios financieros, las marcas inscritas APOLLO GAMES se orientan directamente al sector de los juegos de azar, lo que excluye cualquier riesgo de asociación empresarial. Los servicios informáticos y software ofrecidos por ambas partes carecen de complementariedad o sustitución que pueda generar riesgo de asociación empresarial. Se ha demostrado que los productos y servicios amparados por los signos en disputa no son intercambiables, existe distinción entre la adquisición de una máquina tragamonedas y el software operativo necesario en el sector del entrenamiento, y la contratación de servicios informáticos para el sector financiero.

4. Debido al principio de especialidad que rige el sistema marcario, los signos en cuestión pueden coexistir pacíficamente en el mercado sin generar riesgo de confusión o riesgo de asociación empresarial.

5. Las marcas confrontadas no son idénticas. La marca pretendida remite al sustantivo Apolo que, según la Real Academia Española, define a un “Hombre de gran belleza”. Por el contrario, las marcas inscritas APOLLO GAMES, al estar en idioma inglés y estar acompañadas de una estrella brillante, evocan de manera directa al antiguo dios grecorromano Apolo, símbolo de la luz, la curación, la música, la poesía, la profecía y la belleza masculina; así como a las misiones espaciales de la NASA que llevaron astronautas a la luna.

6. Los canales de comercialización son completamente distintos, su representada se identifica como una empresa dedicada al sector financiero, razón por la cual, desde la solicitud inicial, se delimitó un



giro comercial concreto que se distingue claramente de las marcas citadas. Además, al tratarse de una marca multiclase, debe considerarse la combinación de las clases solicitadas como un conjunto integral.

Solicitó que se revoque la resolución recurrida.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Este Tribunal encuentra como hechos probados que en el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentran inscritos a nombre de la empresa EAGLE INVESTMENT SICAV PLC, ACTING ON BEHALF OF ITT FUND., los siguientes signos:



1. Marca de fábrica y servicios registro 264918, inscrita el 1 de setiembre de 2017, vigente hasta el 1 de setiembre de 2027 (folios 6 y 7 del legajo de apelación).

2. Marca de fábrica y servicios **APOLLO GAMES**, registro 265784, inscrita el 2 de octubre de 2017, vigente hasta el 2 de octubre de 2027 (folios 8 y 9 del legajo de apelación)

Ambas, protegen y distinguen en clase 9: software de juegos, programas informáticos para videojuegos, programas interactivos para videojuegos; juegos (cartuchos para computadoras) [software], juegos (cartuchos para video) [software], programas informáticos educativos, programas informáticos de aplicación, programas informáticos de comunidad, software para telefonía informática,



programas informáticos interactivos, software de comunicación, programas para computadora; programas informáticos, componentes electrónicos para máquinas de juego, cartuchos de juego para utilizar con aparatos de juegos electrónicos, cajeros automáticos [ATM], computadoras y equipo informático; servidores de comunicaciones [hardware informático], equipo VPN [red virtual privada], equipo informático del servidor de acceso a la red; equipo LAN [red local operativa]; equipos de redes informáticas; equipo informático para utilizar con programas de ingeniería asistida por computador; máquinas de música que funcionan con monedas [rockolas – tocadiscos]”. en clase 28 Internacional, protegiendo: Juegos; juegos deportivos; juegos de manipulación; juegos mecánicos; juegos musicales; juegos electrónicos; juegos de salón; juegos de mesa; juegos de preguntas; instrumentos para juegos; juegos de arcade; juegos de habilidades y acción; unidades de juegos electrónicos de mano; juegos informáticos de mano; ruedas de lotería; billetes de lotería; máquinas tragamonedas (máquinas de juego]; máquinas de juego automáticas; máquinas recreativas que funcionan con monedas; equipo de juego que funciona con billetes; máquinas LCD de juegos; contadores para juegos; aparatos de entretenimiento para utilizar en salas de juego; máquinas de juego arcade; en clase 35: servicios de venta al detalle en relación con equipo informático; servicios de venta al por mayor en relación con equipo informático; servicios de venta al por mayor en relación con programas informáticos; servicios de venta al detalle en relación con programas informáticos; en clase 37: instalación, mantenimiento y reparación de equipo informático y aparatos de telecomunicaciones; servicios de mantenimiento relacionados con equipo informático; en clase 41: juegos de azar, operación de loterías, sorteos de premios [loterías],



organizar y dirigir loterías, alquiler de equipo de juegos, servicios de casino, proporcionar instalaciones de casino, arrendamiento de juegos de casino, proporcionar instalaciones de casino [apuestas], proporcionar servicios de entretenimiento en salas de juego; servicios de salas de video; servicios de casino, juegos y apuestas, proporcionar capacitación en relación con la programación informática y en clase 42: software como un servicio [SaaS], alquiler de programas informáticos, diseño de programas informáticos, instalación y mantenimiento de programas informáticos, actualización de programas informáticos, investigación de programas informáticos, solución de problemas en equipo y programas informáticos, configurar equipos informáticos utilizando software, diseño y desarrollo de software para videojuegos; plataforma como un servicio [PaaS], diseño de equipo informático; consultoría en el ámbito de la computación; alquiler de equipo informático, desarrollo de equipo informático, diagnóstico de problemas en equipos informáticos utilizando software, desarrollo, programación e implementación de programas informáticos, proporcionar servicios de información, asesoría y consultoría en el ámbito del software, investigación en el ámbito del hardware, consultoría en el diseño y desarrollo de equipo informático.

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no enlista hechos con este carácter de relevancia para 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. COTEJO DE LOS SIGNOS ENFRENTADOS. 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 vaya a producir 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 posible registrar 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 hagan 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 desmembrarlos, 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 marcario 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;

d) Los signos deben examinarse en el modo y la forma en que normalmente se venden los productos, se prestan los servicios o se presentan al consumidor, tomando en cuenta canales de distribución, puestos de venta y tipo de consumidor al que van destinados;

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;

[...]

En el presente caso la marca solicitada y los signos inscritos son los siguientes:



<u>Marca solicitada</u>	<u>Marcas inscritas</u>	
		APOLLO GAMES
Clases 9, 36 y 42 internacional	Registro 264918 Clases: 9, 28, 35, 37, 41 y 42	Registro 265784 Clases 9, 28, 35, 37, 41 y 42

Los listados correspondientes constan en el considerando primero (marca solicitada) y segundo (signos inscritos).

Desde el punto de vista gráfico o visual se observa que la marca de fábrica y servicios propuesta corresponde a un signo marcario mixto, conformado por la palabra **Apolo**, con letras de color negro y un diseño que presenta una serie de figuras geométricas de colores morado, celeste y rojo, las cuales se proyectan en diagonal hacia arriba desde la letra “A” de la palabra **Apolo**. Por su parte, en las marcas inscritas una es mixta, está conformada por una frase en idioma inglés **APOLLO GAMES**, con letras mayúsculas blancas ubicadas en el centro de un rectángulo negro, y en medio de las palabras **APOLLO** y **GAMES**, en la parte superior, se ubica una estrella amarilla de ocho picos; el otro signo es denominativo, está constituido por la locución **APOLLO GAMES**, escrita en letras mayúsculas de color negro.

La palabra inicial de los distintivos marcarios: **Apolo** / **APOLLO** / **APOLLO**, es el elemento preponderante de los signos en pugna, el



término **APOLO** del signo solicitado se encuentra contenido en los signos registrados, y se trata del componente que le otorga distintividad; lo anterior genera riesgo de confusión por asociación. Aun y cuando existen diferencias leves como una sola letra "**L**" y los elementos gráficos en el conjunto marcario propuesto, estos detalles no le confieren la distintividad necesaria al signo solicitado. Por su parte, el diseño de una estrella amarilla de ocho picos y la palabra **GAMES** en los signos inscritos son de carácter secundario, por lo que la palabra **APOLLO** se constituye como el vocablo predominante.

A nivel fonético o auditivo las marcas cotejadas comparten el término preponderante **APOLO** o **APOLLO**, y al ejercer su pronunciación se escuchan y perciben igual, pues la omisión de la doble "**L**" en el signo solicitado no genera una distinción auditiva perceptible para el consumidor; su vocalización y sonoridad es idéntica, pues el término **APOLLO** en idioma inglés se pronuncia de igual manera que **APOLO** en español, por lo que el consumidor podría pensar que las marcas pertenecen al mismo titular de los signos inscritos, lo que puede inducir a una eventual situación de riesgo de confusión o riesgo de asociación empresarial.

En el contexto ideológico o conceptual, se logra colegir que el término **APOLLO**, de las marcas inscritas traducido del idioma inglés al español significa **APOLO** (ver traducción en: <https://translate.google.com/?sl=en&tl=es&text=apollo&op=translate>), vocablo que, según el Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española, se define así: "De Apolo, dios griego de la belleza. 1. m. hombre de gran belleza. (Recuperado de: <https://dle.rae.es/apolo>)



Como se observa, las marcas en conflicto remiten a un mismo concepto, la deidad griega Apolo o la belleza masculina, identidad que puede llevar a confusión por asociación al consumidor, toda vez que el diseño del distintivo marcario solicitado podría ser una variación o una nueva línea de productos y servicios derivada de las marcas ya registradas.

Del análisis anterior, es evidente para esta instancia que de conformidad con el artículo 24 inciso c) de la Ley de marcas, son mayores las semejanzas que las diferencias entre los signos cotejados.

Realizado el cotejo de los signos en pugna y determinadas las semejanzas gráficas, fonéticas e ideológicas que presentan, es necesario llevar a cabo el análisis de los productos que protegen desde el ámbito de aplicación del principio de especialidad. Sobre ello, el inciso e) del artículo 24 del reglamento citado dispone “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”, por lo que se debe determinar si los productos y servicios a los que se refieren los signos pueden ser asociados.

Precisamente, las reglas establecidas en esta norma persiguen evitar la confusión del consumidor al momento de elegir sus productos o servicios, así como también 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 se encuentran en el artículo 25 de la Ley de marcas.

Los productos y servicios que pretende la marca solicitada en comparación con los que protegen las marcas inscritas, permite determinar que las empresas operan en el mismo entorno digital-tecnológico, por ende, comparten los mismos canales de comercialización, distribución, puestos de venta y el mismo tipo de consumidor, al punto que este podría llegar a creer que la marca



solicitada en clases 9 y 42 internacional, es una extensión, o nueva línea comercial del titular de las marcas previamente inscritas; no obstante, es criterio de este órgano colegiado que esto no es así en el caso de los servicios solicitados en clase 36 internacional.

La marca solicitada busca proteger software en la clase 9, producto indicado de forma general, por lo que eventualmente podría fabricar software para juegos o videojuegos, que es lo que protege el signo registrado; por ello, lleva razón el Registro en denegar el signo solicitado en esa clase. Por otra parte, en cuanto a los servicios pedidos en clase 42, se relacionan con los que protegen los signos inscritos, son similares en su finalidad técnica, esto hace que compartan canales de distribución, puestos de venta y el mismo tipo de consumidor.

En relación con lo anterior, se determina que, por ejemplo, los servicios de autenticación de usuarios solicitados en clase 42, son



necesarias para las plataformas de juegos de la clase 41 de las marcas registradas, en el sentido que, un consumidor podría asociar que el sistema de seguridad de la marca propuesta, es provisto por la misma empresa que desarrolla los juegos de la marca APOLLO GAMES, situación que podría llevar al consumidor a percibir que entre la empresa solicitante y la empresa titular de los marcas inscritas existe una conexión empresarial, esto lo podría llevar a riesgo de confusión o asociación empresarial.

Sumado a lo indicado, entre el software que pretende proteger la marca solicitada en clase 9 y los servicios de venta al detalle y al por mayor de equipo y programas informáticos protegidos por las marcas registradas en clase 35, se evidencia una relación comercial debido a que tales productos y servicios convergen en los mismos establecimientos, tiendas y centros especializados en tecnología informática, lo que induce al consumidor al riesgo de confusión o de asociación empresarial.

Además, los signos registrados APOLLO GAMES, protegen servicios de instalación, mantenimiento y reparación de equipo informático, en clases 37 y 42, los cuales que están directamente relacionados con los servicios de almacenamiento electrónico de datos, en clase 42, de la marca propuesta, ello, principalmente debido a que el almacenamiento de datos (incluido el almacenamiento electrónico de criptomonedas) requiere una planta física operativa para que el servicio digital funcione óptimamente, por lo que el consumidor podría asociar que ambos servicios tienen un mismo origen empresarial.

De lo expuesto se concluye que la marca solicitada no cuenta con la



distintividad requerida en cuanto a las clases 9 y 42, lo que imposibilita su coexistencia registral con los signos registrados, puesto que existe una alta probabilidad de que se genere un riesgo de confusión o de asociación empresarial, debido a que el consumidor podría relacionar los productos y servicios que se pretenden proteger con los amparados y comercializados por las marcas inscritas, de conformidad con las causales de inadmisibilidad por razones extrínsecas establecidas en el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas y artículo 24 incisos c) y e) de su Reglamento.

Ahora bien, con respecto a los servicios de la clase 36 internacional, pedidos con la marca solicitada, considera este Tribunal que no guardan relación con los productos y servicios protegidos por los signos registrados en clases 9, 28, 35, 37, 41 y 42 internacional. La marca solicitada pretende proteger en clase 36 servicios de naturaleza financiera, monetarios y bancarios, por lo que el usuario al adquirir los servicios de uno y otro signo los puede diferenciar fácilmente, sin caer en riesgo de confusión o asociación empresarial.

No hay relación alguna que cause confusión entre los servicios financieros de la clase 36 con el software protegido en clase 9 o los juegos, juguetes y artículos deportivos de la clase 28 internacional que van dirigidos a satisfacer el entretenimiento, la diversión y el esparcimiento, por lo que tampoco existe conexión competitiva, lo que evita que el consumidor se confunda al momento de adquirir los productos de uno y otro signo.

Lo mismo sucede con los servicios de las clases 35, 37, 41 y 42 de las marcas inscritas, puesto que, solo por citar algunos ejemplos, los



servicios de venta al por mayor y al detalle de equipo informático; instalación, mantenimiento y reparación de equipo informático y aparatos de telecomunicaciones; juegos de azar, operación de loterías, sorteos de premios; alquiler de programas informáticos, diseño de programas informáticos, instalación, actualización y mantenimiento de programas informáticos; pertenecen a segmentos de mercado bien delimitados, de forma que, a pesar de que los signos resultan semejantes, el consumidor puede diferenciar fácilmente el tipo de servicios que distinguen los signos sin incurrir en riesgo de confusión o asociación empresarial, pues como se indicó, el signo solicitado pretende la protección de servicios financieros de la clase 36.

Conviene aclarar que si bien en el sector financiero se utilizan plataformas digitales (software) este opera únicamente como una herramienta para realizar la operación bancaria, no es el servicio en sí (servicios financieros, monetarios y bancarios). Por consiguiente, los servicios de la clase 36 de la marca solicitada y los productos y servicios que protegen las marcas inscritas en las clases 9, 28, 35, 37, 41 y 42 son disímiles, situación que evita que el público destinatario de los servicios y productos de cada uno de los signos pueda incurrir en riesgo de confusión o asociación empresarial. Lo anterior, permite la aplicación del principio de especialidad, el cual se utiliza únicamente cuando los productos y servicios son diferentes.

Debido a lo anterior, debe aplicarse el artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas, el cual en su inciso d) indica que “los signos deben de examinarse en el modo y la forma en que normalmente se venden los productos, se prestan los servicios o se presentan al consumidor,



tomando en cuenta los canales de distribución, puestos de venta y tipo de consumidor.” En este caso, los servicios de la clase 36 del signo solicitado y los productos y servicios de los signos inscritos en clases 9, 28, 35, 37, 41 y 42, son distintos, no son complementarios ni existe conexión competitiva, porque no concurren en el mismo segmento de mercado. Por lo anterior, considera este Tribunal que se debe continuar con el trámite de inscripción de la marca pedida para la clase 36 internacional.

En cuanto a los agravios que plantea la apelante, tal como lo señaló el Registro de la Propiedad Intelectual y lo avaló este Tribunal, la visión de conjunto permite determinar que la palabra APOLO, es el elemento preponderante de los signos analizados, coincidencia que causa una semejanza gráfica, fonética e ideológica, que impide al consumidor distinguir la marca pedida y lo haría incurrir en riesgo de confusión o asociación empresarial; el término GAMES de los signos inscritos y la tipografía, color y composición gráfica pasan a un segundo plano pues no permiten al signo solicitado distinguirse de los registrados en relación con los productos y servicios de las clases 9 y 42.

En relación con la aplicación del principio de especialidad lleva razón la apelante de manera parcial. La marca solicitada en clase 36 internacional, no tiene relación o complementariedad frente a los productos y servicios protegidos por las marcas registradas en clases 9, 28, 35, 37, 41 y 42 internacional, por lo que el consumidor no incurre en riesgo de confusión o de asociación empresarial.

Con respecto a que los canales de comercialización son



completamente distintos y que debe considerarse la combinación de las clases solicitadas como un conjunto integral; en la presente resolución quedó claramente establecido que la marca solicitada en clases 9 y 42 internacional, no es objeto de registro porque incurre en las prohibiciones del artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas; además, considera este Tribunal que cada clase solicitada mantiene su individualidad, y por ende, su evaluación es de forma independiente, sea, clase por clase y no de forma integral como lo pretende la impugnante.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos, citas legales y jurisprudencia expuestos, este Tribunal debe declarar parcialmente con lugar el recurso de apelación planteado por la abogada María Laura Valverde Cordero, en su condición de apoderada especial de la empresa APOLO CAPITAL LIMITADA, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 10:17:52 horas del 4 de noviembre de 2025, la que en este acto se debe revocar parcialmente, para que se continúe con



el trámite de inscripción de la marca de fábrica y servicios para la totalidad de los productos solicitados en clase 36 internacional. En cuanto al rechazo de la solicitud en las clases 9 y 42, se debe confirmar la resolución venida en alzada.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **parcialmente con lugar** el recurso de apelación planteado por la abogada María Laura



Valverde Cordero, en su condición de apoderada especial de la empresa **APOLO CAPITAL LIMITADA**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 10:17:52 horas del 4 de noviembre de 2025, la que en este acto se **revoca parcialmente**, para que se continúe con el trámite de inscripción de la



solicitud de la marca de fábrica y servicios en clase 36 internacional, si otro motivo ajeno al analizado no lo impidiera; se confirma el rechazo de la solicitud en clases 9 y 42. 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: 26/08/2026 02:19

Karen Quesada Bermúdez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 26/08/2026 02:54

Óscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 26/08/2026 02:22

Cristian Mena Chinchilla



Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 28/08/2026 10:37

Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 26/08/2026 02:40

Norma Ureña Boza

lvd/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES

INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TE: SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TG: MARCAS Y SIGNOS DISTINTIVOS

TNR: 00.42.55

MARCAS INADMISIBLES

TE: MARCAS INADMISIBLES POR DERECHOS DE TERCEROS

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33