



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2026-0025-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

realturf.

REALTURF SYSTEMS, S.L., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2025-3021)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0409-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las nueve horas con dieciocho minutos del diez de junio de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada María de la Cruz Villanea Villegas, cédula de identidad 1-0984-0695, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa **REALTURF SYSTEMS, S.L.**, con domicilio en Av. Antigua Peseta, 131, Polígono industrial las Atalayas, E-03114 Alicante, España, contra la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 14:17:05 del 21 de agosto de 2025.

Redacta la juez Quesada Bermúdez

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 24 de marzo de 2025 la abogada María de la Cruz Villanea Villegas, en su condición de



apoderada especial de la empresa REALTURF SYSTEMS, S.L. solicitó

realturf.

la inscripción de la marca de fábrica y comercio para proteger y distinguir en clase 27 internacional: alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos, tapicerías murales que no sean de materias textiles, césped artificial.

Luego del análisis correspondiente, mediante resolución final dictada a las 14:17:05 del 21 de agosto de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la solicitud de inscripción de la marca pretendida porque consiste en un signo compuesto en términos genéricos, descriptivos y engañosos en relación con los productos que pretende proteger y no cuenta con la distintividad requerida para su debida inscripción de conformidad con el artículo 7 incisos c), d), g) y j) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).

Inconforme con lo resuelto, la representación de la empresa REALTURF SYSTEMS, S.L., apeló y otorgada la audiencia de reglamento expuso como agravios lo siguiente:

1. El Registro señaló que REALTURF, no es susceptible de apropiación registral por motivos intrínsecos. Se define la palabra REALTURF, de una manera subjetiva y esto es lesivo para su representada.

2. La marca REALTURF no resulta engañosa ni induce a error respecto de la naturaleza del producto, incluso si el consumidor interpretara el término como “césped real”; esto debido a que el césped artificial, aunque no es natural, sí es real en tanto existe, es perceptible y se comercializa bajo características objetivas, visibles y contrastables. Además, el carácter artificial del producto se comunica



de forma clara y suficiente en el canal de comercialización, incluyendo su apariencia, aplicación y materiales, lo cual refuerza la transparencia de la marca.

3. La Oficina de Marcas y Patentes de Estados Unidos sí ha concedido el registro de la marca REALTURF a su mandante (registro 6593902); esta frase es usada primordialmente por hablantes del idioma inglés, y la Oficina de los Estados Unidos no ha tenido problema en otorgarla. En el Reino Unido, donde el idioma oficial también es el inglés, la marca ha sido registrada sin inconveniente.

4. El producto no solo es usado mundialmente, sino que, de manera específica, es comercializado en Costa Rica por la empresa ZACATEX tal como consta en el anexo 2.

5. La marca de su representada es distintiva en múltiples jurisdicciones, incluyendo aquellas que cuentan con el idioma inglés como el oficial, tales como Estados Unidos de América, Reino Unido, Francia, Italia, Grecia, España, México (entre otros).

Indicó que aportaba como prueba: copia certificada de los registros en EEUU y Reino Unido de la marca REALTURF; copia certificada de la página Realturf y Zacatex en Costa Rica; copia certificada de registros de REALTURF en el mundo, extraída desde el buscador TMView y facturas de Zacatex; no obstante, la copia certificada de los registros es de EEUU y España.

Solicitó que se continúe con el trámite de registro de la marca REALTURF.



SEGUNDO. HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS. Por ser un asunto 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.

CUARTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. LA IMPOSIBILIDAD DE REGISTRAR EL SIGNO POR RAZONES INTRÍNSECAS. Con el fin de efectuar el análisis correspondiente, esta instancia acude a lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley de marcas, el cual conceptualiza la marca en los siguientes términos:

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.

Corresponde, entonces, determinar si el signo solicitado reúne la distintividad requerida por el ordenamiento jurídico, por lo que se debe realizar el examen de los elementos que lo componen, su impresión en conjunto, la aptitud para diferenciar los productos que pretenden identificar y la eventual colisión con prohibiciones absolutas o relativas previstas en la legislación marcaria.

Las objeciones para la inscripción de un signo por motivos intrínsecos,



son las que se derivan de la relación existente entre la marca y el producto o servicio que se pretende proteger y distinguir. Estos motivos intrínsecos, que impiden el registro marcario se encuentran contenidos en el artículo 7 de la Ley de marcas:

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

[...]

c) Exclusivamente un signo o una indicación que, en el lenguaje corriente o la usanza comercial del país, sea una designación común o usual de producto o servicio de que se trata.

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.

[...]

realturf.

El signo solicitado pretende proteger en clase 27 internacional: alfombras, felpudos, esteras, linóleoum y otros revestimientos de suelos, tapicerías murales que no sean de materias textiles, césped artificial; como puede observarse, está compuesto de



la unión de dos palabras en idioma inglés, fácilmente identificables: real y turf, ambas escritas en una grafía especial, en letra minúscula de color rojo, y al final de la palabra, al lado de la letra “f” se ubica el diseño de un triángulo pequeño.

Ahora bien, el término “real” es un adjetivo que se traduce como verdadero o auténtico; según el Diccionario de la lengua española de la Real Academia Española, significa: [...] 1. adj. Que tiene existencia objetiva. Sin: verdadero, auténtico, existente, cierto, verídico, efectivo, tangible, concreto, [...] (<https://translate.google.com/?sl=en&tl=es&text=real&op=translate> y <https://dle.rae.es/real>)

A su vez el término “turf” es un sustantivo que se traduce: como césped (<https://translate.google.com/?sl=en&tl=es&text=turf&op=translate>).

Del significado individual de los términos mencionados, la denominación **realturf** en su conjunto significa “césped real” (<https://translate.google.com/?sl=en&tl=es&text=realturf&op=translate>); de lo anterior se desprende que el signo solicitado está compuesto exclusivamente de términos de uso común, generalmente utilizados por otras marcas que, en el comercio, ofrecen productos de la misma naturaleza, por lo que no resulta lo suficientemente distintivo para identificar el producto césped artificial que se pretende proteger en clase 27 internacional, frente a los de su misma especie o clase. Desde esta perspectiva la marca pedida cae en la prohibición intrínseca del artículo 7 inciso c) de la Ley de marcas, pues corresponde a una frase de uso común, habitualmente usada en el



campo mercantil para referirse al césped artificial; permitir su registro otorgaría un monopolio sobre términos que deben permanecer a la libre disposición de todos los competidores para describir sus propios productos.

Por otro lado, estima esta instancia que el signo propuesto es

realturf.

descriptivo, porque transmite en la mente del consumidor la idea directa y sin rodeos que el producto que protege es césped, el cual podría tener características similares a un césped, auténtico, natural, y que este tiene una apariencia real, toda vez que la palabra real actúa como un adjetivo calificativo que resalta una virtud o cualidad de este producto en clase 27 internacional, césped artificial.

Como puede apreciarse el conjunto marcario pedido no se acompaña de otros elementos que le otorguen aptitud distintiva, sino que se compone de términos que no van más allá de la mera descripción, lo que impide al signo propuesto la función de distinguir el producto césped artificial de los de sus competidores en el mercado, de manera que incurre en la causal de inadmisibilidad por razones intrínsecas contenida en el inciso d) de la Ley de marcas. Lo indicado en concordancia con su inciso g), dado que la palabra realturf, es la combinación de dos palabras en inglés (real y turf) que no generan aptitud distintiva alguna respecto al producto propuesto césped, puesto que como ya se mencionó el término analizado es una evidente unión de dos vocablos cuyo significado es claro, directo y común para el consumidor medio, y su simple unión no crea la suficiente distintividad.



Con respecto a los signos descriptivos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, señala:

...son aquellos que informan exclusivamente sobre las características o propiedades de los productos, tales como calidad, cantidad, funciones, ingredientes, tamaño, valor, destino etc. La denominación descriptiva responde a la formulación de la pregunta ¿Cómo es? en relación con el producto o servicio por el cual se indaga, y dicha pregunta se contesta con la expresión adecuada a sus características, cualidades o propiedades de que se trate. (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 73-IP-2021, del 21 de junio de 2021, p. 10)

En atención a la jurisprudencia citada y del análisis del signo en su conjunto, se determina que el elemento denominativo realturf, proyecta una idea directa de un césped auténtico y natural. Dada la penetración del idioma inglés en el comercio y del conocimiento básico que de este tiene, el público consumidor comprende términos que son descriptivos, por lo que es de aplicación el inciso d) del artículo 7 de la Ley de marcas.

Tampoco puede ser autorizado el registro del signo propuesto para los restantes productos de la clase 27 internacional: alfombras, felpudos, estereras, linóleoum y otros revestimientos de suelos, tapicerías murales que no sean de materias textiles, porque es evidente que el conjunto

realturf.

marcarlo se entiende como un tipo de producto específico y así será percibido por el destinatario de esos productos, quien asumirá de manera directa que el producto que se protegerá es



césped real, y en el caso particular, para los productos indicados la marca resulta engañosa; ello, por cuanto el consumidor, al visualizar la marca, espera que los productos alfombras, felpudos, esteras, linóleoum y otros revestimientos de suelos, tapicerías murales que no sean de materias textiles, tengan la apariencia o función del césped cuando lo que está adquiriendo es una pieza decorativa de pared, o un revestimiento de suelo liso, por lo que también es aplicable el inciso j) del artículo 7 de la Ley de marcas.

Ese carácter engañoso debe determinarse en relación con los productos o servicios que se pretenden proteger y distinguir. Al respecto el Tribunal de Justicia de La Comunidad Andina, en el Proceso 59-IP-2019, de 3 de junio de 2019, (p.6) establece lo siguiente en cuanto a los signos engañosos:

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 subrayado no corresponde al texto original)

Por lo anterior se concluye que el signo pedido induce a engaño al público consumidor dado que como se indicó refiere a un producto específico “césped real”, de manera que resulta engañoso para todos



aquellos productos del listado de la clase 27 internacional, que no sean césped.

Con fundamento en lo señalado considera este Tribunal que permitir el registro de este tipo de marcas representa una ventaja en favor de un empresario al que se le otorgaría el uso exclusivo de términos necesarios para que sus competidores puedan publicitar en el mercado productos similares; además impediría que el consumidor referencie un origen empresarial con términos descriptivos de los productos por distinguir, de uso común y carentes de distintividad. De modo que, no es posible el registro de la marca solicitada por ser inadmisibles por razones intrínsecas.

Respecto a los agravios planteados por la representación de la empresa apelante, si bien la recurrente se cuestiona la traducción que se hace del conjunto marcario pedido no se observa que haya aportado una definición para desvirtuar lo señalado por el Registro, y en ausencia de otra posible definición la del Registro resulta ajustada a la realidad. También alega que en un país de habla castellana no tienen por qué saber inglés, pero eso no es cierto, por cuanto en este país el inglés es manejado por gran cantidad de la población, incluso el Ministerio de Educación Pública incluye la enseñanza del idioma como materia obligatoria desde el nivel de educación preescolar hasta secundaria.

En cuanto a que la marca REALTURF no resulta engañosa ni induce a error respecto de la naturaleza del producto, no lleva razón la apelante en su agravio, pues es evidente que el conjunto marcario



realturf.

se entiende o se utiliza en el mercado para referirse a un tipo específico de producto y así será percibido por el destinatario, quien asumirá de manera directa que el producto que se protegerá es césped real y en el caso particular como puede observarse a folio 3 del expediente principal, para los productos alfombras, felpudos, estereras, linóleoum y otros revestimientos de suelos, tapicerías murales que no sean de materias textiles, es engañosa, en cuanto a la naturaleza de los productos, dado que estos no son césped real.

Con relación a que el producto no solo es usado mundialmente, si no que, de manera específica, es comercializado en Costa Rica, cabe señalar que el uso del signo no está en discusión sino su distintividad, por lo que el análisis debe ceñirse a la denominación que conforma el conjunto marcario frente a los productos por proteger; ello, a efecto de examinar si este posee la fuerza suficiente para que el público consumidor pueda identificar un origen empresarial determinado o si cae en las causales de inadmisibilidad por razones intrínsecas del artículo 7 de la Ley de marcas, tal y como lo hizo el Registro de la Propiedad Intelectual en su examen de fondo. Así que, si se está evaluando la aptitud distintiva del signo, introducir el uso como defensa no otorga capacidad distintiva al signo que no presenta este requisito, como ocurre en el presente caso.

En cuanto a que otras oficinas han registrada la marca sin inconveniente, este agravio no es aceptable, pues el hecho de que el signo se encuentre inscrito en otros países no es vinculante para registrar el signo en Costa Rica; debe recordar la apelante que el derecho de marcas está sujeto al principio de territorialidad, por lo que



la solicitud presentada en Costa Rica se debe regir por las leyes y reglamentos nacionales, así como por el marco de calificación aplicable.

QUINTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos, citas legales y jurisprudencia expuestos, lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación planteado por la abogada María de la Cruz Villanea Villegas, en su condición de apoderada especial de la empresa REALTURF SYSTEMS, S.L., en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 14:17:05 del 21 de agosto de 2025, la que se debe confirmar.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **sin lugar** el recurso de apelación planteado por la abogada María de la Cruz Villanea Villegas, en su condición de apoderada especial de la empresa **REALTURF SYSTEMS, S.L.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 14:17:05 del 21 de agosto 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 42 del Reglamento Operativo de este Tribunal, decreto ejecutivo 43747 MJP. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFÍQUESE.**



Firmado digitalmente por
KAREN CRISTINA QUESADA BERMUDEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 14/09/2026 11:22

Karen Quesada Bermúdez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 14/09/2026 11:42

Óscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 16/09/2026 08:52

Cristian Mena Chinchilla

Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 16/09/2026 07:18

Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 14/09/2026 11:39

Norma Ureña Boza



DESCRIPTORES

MARCAS y SIGNOS DISTINTIVOS

TE. MARCAS INADMISIBLES

TG. RPOIEDAD INDUSTRIAL

TR. REGISTRO DE MARCAS Y OTROS SIGNOS

DISTINTIVOS

TNR. 00.41.55

MARCAS INADMISIBLES

TE. MARCA INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES

TG. MARCAS Y SIGNOS DISTINTIVOS

TNR. 00.41.53

MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES

TE: MARCA CON FALTA DE DISTINTIVA

MARCA DESCRIPTIVA

MARCA ENGAÑOSA

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.60.55