



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2026-0137-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA DE COMERCIO Y

SERVICIOS **Blush-Bar**

BLUSH BAR S.A.S, apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-14525

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0497-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las diez horas con seis minutos del veintitrés de julio de dos mil veintiséis.

Recurso de apelación interpuesto 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 **BLUSH BAR S.A.S.**, sociedad organizada y existente conforme las leyes de Colombia, domiciliada en Transversal 1 #83-02 apartamento 201F, Bogotá, DC, Colombia, en contra de la resolución emitida por el Registro de Propiedad Intelectual a las 09:12:40 horas del 24 de febrero de 2026.

Redacta el juez Cristian Mena Chinchilla



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 19 de diciembre 2025, la abogada María de la Cruz Villanea Villegas, en su condición de apoderada especial de la compañía BLUSH BAR S.A.S., solicitó la inscripción de la marca de comercio y servicios **Blush-Bar** en clase 3 internacional, para proteger y distinguir: productos cosméticos; y en clase 35 para: servicios de venta (comercialización), al por mayor y menor, de productos cosméticos.

El Registro de la Propiedad Intelectual, por resolución de las 09:12:40 horas del 24 de febrero de 2026, procedió a denegar la solicitud de la marca de comercio y servicios **Blush-Bar** en clase 3 y 35 internacional, pedida por la compañía BLUSH BAR S.A.S., al determinar su inadmisibilidad conforme al artículo 7 incisos g) y j) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas). Lo anterior, en virtud de determinar que el signo propuesto en su totalidad utiliza términos genéricos y de uso común en relación con los productos a proteger, por lo que, no cuenta con la distintividad requerida para su debida inscripción. Notificación realizada el 25 de febrero de 2025. (Folio 59 a 67)

Luego de la audiencia conferida por este Tribunal, se apersona el abogado Diego Alejandro Turcios Lara, en su condición de apoderado de la compañía BLUSH BAR S.A.S., y en cuanto a los argumentos de apelación señaló:



1. El registrador otorga una definición de lo que significa, para ellos (al no tener referencias bibliográficas contundentes del significado), la palabra BLUSH-BAR, lo que resulta lesivo para su representada, en virtud que se está abordando la definición de una palabra en inglés, de manera subjetiva; por cuanto, en los diccionarios el significado de BLUSH-BAR no se encuentra, ya que en conjunto no tiene un significado.
2. La marca BLUSH-BAR de su mandante se utiliza como un todo, y por tanto debe ser analizada como tal, al traducir del idioma inglés al idioma español la palabra “Blush”, presenta el significado de “Rubor”; a su vez, “Blush” puede significar “Sonrojarse”: “to blush”, “sonrojar las mejillas”. Asimismo, “Blush” es un tono de color rosa, código Hex: #DE5D83, lo que demuestra que “Blush” es un tono de color, no es un producto como tal, ni menos una forma de denominar a productos cosméticos o la venta de estos, como los solicitados. De ahí que, el término “Blush-Bar” no es la forma de nombrar a los productos solicitados de las clases 3 y 35; y por lo mismo, ya se encuentra registrada en varios países desde hace varios años; en su país de origen Colombia, además de: Chile, México, Perú y China, según consta en el reporte que se adjuntó en su escrito; y manifiesta, cuenta con numerosos locales de venta operativos en cada uno de ellos.
3. Argumenta que le resulta particular que la USPTO (Oficina de Marcas y Patentes de Estados Unidos), sí ha concedido el registro la marca BLUSHBAR a su mandante en tres diferentes registros en clases 3 y 35, siendo esta frase usada primordialmente por hablantes del idioma inglés, y dicha oficina no ha tenido problema en otorgar.



4. La parte argumenta que la palabra "Blush-Bar" no existe en diccionarios como unidad, y que su significado no existe en varios traductores, lo que demuestra que es un término que no posee traducción.
5. Indica que existen antecedentes de marcas inscritas con frases similares.

En su petitoria, solicita se acoja el presente recurso, se desestime la resolución de archivo dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, y se continúe con el trámite de renovación de la presente marca al tener por subsanada la prevención, lo cual evidentemente no corresponde al caso objeto de la apelación, por lo que este Tribunal hace caso omiso a lo solicitado, por resultar improcedente, y entra a conocer el recurso con base en los agravios indicados contra la resolución venida en alzada.

Adicionalmente, es menester señalar que entre sus agravios también incluye aspectos referidos a una marca de certificación, que no corresponden a las objeciones señaladas por el Registro, por lo que también se omite un pronunciamiento al respecto en la presente resolución.

SEGUNDO: EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS. Este Tribunal considera que no existen hechos de tal naturaleza para la resolución del presente expediente, por ser un asunto de puro derecho.

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 normativa marcaría es clara en que, para el registro de un signo, este debe tener la aptitud necesaria para distinguir los productos o servicios protegidos de otros de la misma naturaleza que sean ofrecidos en el mercado por titulares diferentes.

En este sentido, es de interés para el caso bajo estudio, lo dispuesto en el artículo 7 de la Ley de marcas, que establece los impedimentos a la inscripción por razones intrínsecas, que son aquellas derivadas de la relación existente entre la marca y su objeto de protección; para el presente caso el Registro de la Propiedad Intelectual, conforme se desprende denegó la solicitud por aplicación de los incisos g) y j) de la Ley de marcas; sin embargo, este Tribunal de alzada determina que solo le es de aplicación el inciso g) del precitado cuerpo normativo, por los motivos que a continuación se desarrollaran, y que en lo de interés indica:

Artículo 7°- Marcas inadmisibles por razones intrínsecas. No podrá ser registrado como marca un signo que consista en alguno de los siguientes:

[...]

g) No tenga suficiente aptitud distintiva respecto del producto o servicio al cual se aplica.

[...]

Partiendo del citado cuerpo normativo, se desprende que el requisito de distintividad al que hace referencia el inciso g) del artículo 7 de la Ley de marcas, puede entenderse como aquella condición o



particularidad que el distintivo le otorga al producto o servicio de que se trate una identidad propia, y contribuye a que el consumidor pueda distinguirla de manera eficaz respecto de otros de su misma especie o naturaleza pertenecientes a otros competidores.

Al respecto, el tratadista Diego Chijane, con relación a la distintividad indica:

La distintividad puede analizarse desde dos planos diversos: como requisito intrínseco o extrínseco. Como requisito intrínseco, implica que el signo en sí mismo considerado, ha de poseer aptitud para singularizar los productos y servicios frente a otros. Así, no poseerá distintividad cuando presente una estructura muy simple, o al contrario, muy compleja, ya que mal puede individualizar aquello que no resulte recordable para el público consumidor por su simpleza o complejidad. Tampoco existirá distintividad intrínseca cuando el signo se confunda con la propia designación del producto o sus cualidades, es decir, cuando sea genérico, descriptivo o de uso común [...] (Chijane Diego, Derecho de Marcas, 2007, págs. 29 y 30).

Para el caso bajo estudio, este Tribunal estima que el denominativo

propuesto **Blush-Bar** la clase 03 para proteger: productos cosméticos, y en clase 35 para: servicios de venta (comercialización), al por mayor y menor, de productos cosméticos; conforme se desprende está conformado por dos palabras independientes, que incluso separadas por un guion son fácilmente identificables; de ahí que, se logra colegir que el término “Blush” que se encuentra en



idioma inglés traducido al español refiere al concepto “rubor”, según consulta realizada por esta instancia en la página de Cambridge Dictionary; por lo que constituye un término de uso común utilizado dentro del área de la cosmetología para denominar el producto; y la elocución “Bar” utilizado dentro del contenido de la frase que se pretende proteger induce a que el consumidor lo relacione de forma metafórica con un establecimiento dedicado o especializado para la venta de productos cosméticos o de belleza; y en este caso específicamente sobre la comercialización de venta de “rubores”, no siendo posible bajo esa condición proporcionarle protección registral, al describir de manera directa y concreta la comercialización del producto y el servicio que se pretende comercializar.

En consecuencia, no podríamos obviar que de esa misma manera será entendido y percibido por el consumidor; máxime que en la actualidad este tipo de establecimientos son introducidos en el mercado para productos y fines específicos. De ahí que, el signo propuesto se torne descriptivo y carente de distintividad para los productos y servicios que se pretende proteger; no siendo posible concederle protección registral bajo esa condición.

Por otra parte, también es importante acotar que los términos

empleados **Blush-Bar** son términos de uso común necesarios en el comercio, que si bien pueden formar parte de una propuesta marcaria, esta debe necesariamente contener otros elementos adicionales que le proporcionen esa condición o característica distintiva dentro de la actividad comercial que se pretende; debido a que su uso no podría monopolizarse por un solo comerciante, y dejar



desprovistos a los demás competidores para promocionar sus productos o servicios en el mercado, ya que ello limitaría el derecho de uso de tales palabras.

Po otra parte, reiteramos que el signo propuesto **Blush-Bar** tal y como se desprende se conforma por la unión de dos palabras y el uso de un guion más que ser un elemento diferenciador las hace fácilmente identificables para el consumidor como palabras independientes; además, la tipografía empleada a pesar de contener un diseño especial no le aporta distintividad, como tampoco creatividad u originalidad por medio del cual logre superar la inadmisibilidad contemplada conforme el artículo 7 inciso j) de la Ley de marcas, que le fue de aplicación.

Ahora bien, en cuanto a los argumentos señalados por el apelante sobre el análisis del signo objeto de estudio. Al respecto, este Tribunal de alzada, estima que estos han sido debidamente abordados líneas arriba; concluyendo que el denominativo empleado a diferencia de lo que argumenta la parte está compuesto por dos palabras separadas por un guion que son fácilmente identificables, y su contenido que se torna descriptivo para el tipo de producto y la naturaleza mercantil que se pretende proteger o comercializar, por tanto, carente de aptitud distintiva no siendo posible concederle protección registral. Si bien es cierto el signo se considera como un todo, en el análisis realizado se reitera que los términos que la componen cuentan con un significado claro para el consumidor, ello no implica un desmembramiento del signo, sino un análisis tal y como lo haría un consumidor medio de estos productos, razones por las cual sus argumentos en este aspecto no son de recibo.



Adicionalmente, si bien un término puede contener varios significados, es claro el significado que aplica al elemento “blush” en atención a los productos a proteger, por lo que no lleva razón el apelante, al indicar que puede variar su traducción, ya que como se indicó, el significado es claro para los productos y servicios solicitados, y así lo percibirá el consumidor medio.

Por otra parte, en cuanto a que su representada cuenta con registros inscritos en otras jurisdicciones. Sobre este argumento, debemos atender a lo que establece el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, en su artículo 6:

Artículo 6. [Marcas: condiciones de registro, independencia de la protección de la misma marca en diferentes países]

1.- Las condiciones de depósito y de registro de las marcas de fábrica o de comercio serán determinadas en cada país de la Unión por su legislación nacional.

[...]

3.- Una marca, regularmente registrada en un país de la Unión, será considerada como independiente de las marcas registradas en los demás países de la Unión, comprendiéndose en ello el país de origen.

En este sentido, queda claro que previo a su inscripción todo signo que ingresa a la corriente registral en nuestra jurisdicción debe superar el proceso de clasificación registral contenido en artículo 7 (motivos intrínsecos) y artículo 8 (motivos extrínsecos) comprendidos en la Ley de marcas, y los alcances del principio de independencia marcaria y



el de territorialidad, actividad que debe ser ejercida por el operador jurídico quien en la esfera de sus competencias debe realizar el examen de la solicitud en apego al citado marco normativo, y en concordancia con los numerales 11 de la Ley general de la administración pública, y 11 de nuestra Constitución Política; que regulan la función pública. En consecuencia, se rechazan sus manifestaciones en ese sentido.

Sobre las marcas registradas citadas en su escrito, debe señalarse que estas superaron el proceso de calificación, ya que se denota con claridad que cuentan con otros elementos denominativos que el registrador en su momento valoró le otorgaban la distintividad requerida, situación que no ocurre en el caso en estudio.

Finalmente, este Tribunal estima importante aclarar al recurrente que el presente caso sometido a conocimiento corresponde a una solicitud de registro y no como por error indica en su pretensión sobre una renovación de registro; motivo por el cual se mantiene el rechazo de la solicitud por los motivos analizados y se rechazan la totalidad de los agravios por lo analizado a lo largo de esta resolución.

QUINTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por las consideraciones expuestas, este Tribunal declarar **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por el representante de la compañía **BLUSH BAR S.A.S.**, en contra de la resolución emitida por el Registro de Propiedad Intelectual, venida en alzada.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por el representante de la compañía **BLUSH**



BAR S.A.S., en contra de la resolución emitida por el Registro de Propiedad Intelectual, a las 09:12:40 horas del 24 de febrero de 2026, 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 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: 16/09/2026 03:21

Karen Quesada Bermúdez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 16/09/2026 03:41
Oscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 16/09/2026 03:17
Cristian Mena Chinchilla

Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 16/09/2026 07:24
Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 16/09/2026 03:20
Norma Ureña Boza

omaf/KQB/ORS/CMCH/GBM/NUB

Descriptores

MARCAS INADMISIBLES
TE. Marcas intrínsecamente inadmisibles
TNR. 00.41.53

MARCAS INTRÍNSECAMENTE INADMISIBLES
TG. MARCAS INADMISIBLES



TNR. 00.60.55

MARCA CON FALTA DISTINTIVA

TG. Marca intrínsecamente inadmisibile

TNR. 00.60.69