



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2026-0156-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA DE FÁBRICA Y

COMERCIO “BLANKO”

CENTRAL AMERICAN BRANDS INC, apelante REGISTRO DE LA

PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-

14543)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0534-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las doce horas con un minuto del seis de agosto del dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por la abogada Sara Saénz Umaña, vecina de Alajuela, portadora de la cédula de identidad: 2-0496-0310, en su condición de apoderada especial de la compañía **CENTRAL AMERICAN BRANDS INC.**, sociedad existente conforme a las leyes de las Islas Vírgenes Británicas, domiciliada en Vanterpool Plaza, 2nd Floor, Wickhams Cay I, Road Town, Tortola, Islas Vírgenes Británicas; en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 13:39:40 horas del 2 de marzo de 2026.

Redacta la juez Norma Ureña Boza.



CONSIDERANDO

PRIMERO: OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. Por escrito presentado el 19 de diciembre de 2025, la abogada Sara Saénz Umaña, en su condición de apoderada especial de la compañía **CENTRAL AMERICAN BRANDS INC.**, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio **“BLANKO”**, para proteger y distinguir en clase 1 internacional: bicarbonato para limpieza.

Mediante resolución de las 13:39:40 horas del 2 de marzo de 2026, el Registro de la Propiedad Intelectual resolvió denegar la solicitud de inscripción, al considerar que el signo se encuentra compuesto de términos de uso común y descriptivos 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) y g) de la Ley de marcas y otros signos distintivos.

Inconforme con lo resuelto, la representación de la compañía **CENTRAL AMERICAN BRANDS INC.**, en la condición indicada, interpuso recurso de apelación y expuso como agravios lo siguiente:

1. El signo solicitado no es una palabra descriptiva directa del producto que se desea proteger (bicarbonato), no es el nombre genérico del producto, no corresponde tampoco a un término coloquial con el que se le llame o identifique. El que el polvo en cuestión sea blanco, no es el término por el cual los consumidores identifican este tipo de producto.

2. El signo pretendido sí tiene carácter distintivo. No describe ninguna



propiedad o función del producto. Su registro no implicaría la apropiación de un término que sí o sí sea usado en la jerga general relacionada con el bicarbonato. No es una palabra técnica ni comúnmente utilizada para describir el bicarbonato.

3. El signo solicitado cuenta con una grafía distinta o alterada del término blanco, lo que le suma una cuota más de distintividad a nivel visual.

4. El término "BLANKO" no se relaciona de manera directa con el producto, dicho término no dirige al consumidor a pensar directa e inequívocamente en bicarbonato, ya que la palabra "BLANKO" es muy general, no se refiere a un producto en particular.

5. El término "BLANKO" ya es conocido en el mercado, asociado a otros productos químicos. Aporta listado de marcas registradas con el vocablo "BLANKO" e indica que son propiedad de su representada. Se debe reconocer que la existencia de tales registros previos demuestra una realidad de cara al consumidor, cual es que, la marca es ya de conocimiento previo del consumidor, entendiendo esta como simplemente una ampliación de los productos a proteger.

6. Solicita declarar con lugar el presente recurso.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS Y HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no enlista hechos probados y no probados por ser un caso de puro derecho.



TERCERO. SOBRE EL 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. En el caso bajo examen, el Registro de la Propiedad Intelectual, con fundamento en lo dispuesto por el artículo 7 incisos c), d) y g) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas), emitió resolución denegatoria respecto a la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio **“BLANKO”**, solicitada para proteger y distinguir en clase 1 internacional: bicarbonato para limpieza.

Para abordar el análisis correspondiente, resulta oportuno partir de lo dispuesto en el artículo 2 de la Ley de marcas, el cual define 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 esta definición se desprende que la distintividad constituye una condición esencial para que un signo pueda acceder a la protección registral, pues este debe poseer aptitud suficiente para identificar un determinado origen empresarial y permitir que los productos o servicios que distingue sean reconocidos y diferenciados de otros en el mercado.



Bajo tales parámetros, corresponde a este Tribunal determinar si el signo solicitado posee la capacidad distintiva necesaria para acceder al registro o si, por el contrario, se encuentra comprendido dentro de alguna de las prohibiciones de inscripción por razones intrínsecas previstas por el ordenamiento jurídico, las cuales se valoran a partir de la relación existente entre el signo y los productos o servicios que pretende proteger y distinguir.

En este sentido, los motivos que impiden el registro marcario se encuentran contemplados, en lo que interesa para el presente asunto, en el artículo 7 de la Ley de Marcas, que dispone:

Artículo 7. 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 del 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.

[...]



De la norma transcrita se desprende que el examen de registrabilidad por motivos intrínsecos exige determinar, entre otros aspectos, si el signo constituye una designación común o usual del producto o servicio, si resulta descriptivo de alguna de sus características, o si, considerado en relación con aquello que pretende distinguir, carece de suficiente aptitud distintiva.

Respecto a los signos **genéricos**, el Manuel Amornizado en Materia de Criterios de Marcas de las Oficinas de Propiedad Industrial de los Países Centroamericanos y la República Dominicana establece:

Signos genéricos son aquellos que se limitan a designar los productos o servicios que pretenden distinguir, o que designan el género, categoría o especie de dichos productos o servicios. Se incluye dentro de esta prohibición de registro a los vocablos que en el lenguaje corriente o en la usanza comercial se utilizan para designar a los productos o servicios que se pretenden

De acuerdo con lo anterior, la prohibición alcanza aquellos signos que, en lugar de identificar el producto o servicio, se limitan a denominarlo directamente, ya sea mediante su nombre común, usual, género, categoría o especie; razón por la cual tales expresiones deben permanecer disponibles para todos los que intervienen en el mercado.

Por su parte, los signos **descriptivos** son aquellos que transmiten directamente las características o propiedades de los productos o servicios que se pretenden distinguir. Al respecto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el proceso 07-IP-2019 del 12 de mayo del 2020, manifestó:



Los signos descriptivos son aquellos que informan exclusivamente sobre las características o propiedades de los productos, tales como su 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 según se trate.

En consecuencia, mientras el signo genérico designa directamente el producto o servicio, el descriptivo proporciona al consumidor información inmediata acerca de alguna de sus cualidades, características, naturaleza, función, destino u otras propiedades, sin que resulte necesario efectuar un proceso intelectual relevante para establecer esa relación.

En cuanto a la **distintividad**, esta constituye uno de los presupuestos esenciales del sistema marcario, ya que permite que el signo cumpla su función primordial de individualizar los productos o servicios de un empresario respecto de los ofrecidos por sus competidores. De esta manera, no solo dota al producto o servicio de una identidad propia en el mercado, sino que posibilita que el consumidor pueda reconocerlo y diferenciarlo eficazmente, reduciendo el riesgo de confusión.

Sobre la distintividad, el tratadista Diego Chijane, ha indicado:

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).

Estas prohibiciones tienen como finalidad evitar que signos carentes de distintividad accedan al registro marcario, lo cual podría afectar tanto a los consumidores como a los competidores en el mercado. Así, los signos descriptivos o de uso común deben permanecer disponibles, es decir, no pueden ser objeto de apropiación exclusiva.

De esta forma, la valoración del signo debe realizarse atendiendo la impresión en conjunto, así como el contexto en el que será percibido por el público consumidor, a efectos de determinar si efectivamente incurre en alguna de estas prohibiciones legales.

Aplicadas las anteriores consideraciones al caso bajo examen, se determina que el signo solicitado está constituido exclusivamente por el término denominativo “BLANKO”, expresión que, pese a sustituir la letra “C” por la letra “K”, reproduce fonéticamente el vocablo “BLANCO” y conserva íntegramente su contenido conceptual. Dicha modificación ortográfica no genera una expresión con significado



distinto ni exige del consumidor un proceso intelectual para comprenderla, ya que será percibida inmediatamente como equivalente a la palabra “blanco”.

En cuanto a la causal prevista en el artículo 7 inciso c) de la Ley de Marcas, este Tribunal considera que el término utilizado corresponde a una expresión de uso común, vinculada con productos destinados a la limpieza. En ese ámbito, la referencia a lo “blanco” constituye una expresión usual relacionada con este tipo de productos, sus características y la finalidad para la cual pueden ser empleados, de manera que no presenta elementos capaces de individualizar un determinado origen empresarial.

Permitir la apropiación exclusiva del vocablo, aun cuando posee una variante a nivel gráfico, implicaría otorgar protección sobre una expresión de uso común que debe permanecer disponible para los distintos operadores económicos que comercializan productos de la misma naturaleza.

Asimismo, el signo incurre en la prohibición establecida en el inciso d) del mismo artículo, por cuanto su contenido transmite de manera directa información relacionada con las características del producto que pretende distinguir. El bicarbonato destinado a limpieza se presenta como una sustancia de apariencia blanca y, además, por su propia finalidad de limpieza, la expresión “blanco” genera una asociación inmediata con una cualidad o resultado relacionado con su utilización.



Finalmente, las circunstancias anteriormente señaladas repercuten directamente en la aptitud distintiva del signo, a los efectos del artículo 7 inciso g) de la Ley de marcas. La distintividad exige que la marca permita al consumidor identificar los productos y diferenciarlos de aquellos que poseen otro origen empresarial; función que no puede cumplir adecuadamente una expresión que, en relación con los productos solicitados, transmite fundamentalmente información común y descriptiva.

La denominación “BLANKO”, considerada en su conjunto, no contiene ningún otro elemento denominativo, gráfico o conceptual que permita al consumidor desvincularla del significado ordinario de la palabra “blanco” y percibirla como un indicador de procedencia empresarial. La sustitución de la letra “c” por la “k”, no resulta suficiente para conferir al signo de la fuerza distintiva requerida por el ordenamiento jurídico marcario.

En cuanto a los agravios formulados por la apelante, estos no resultan suficientes para modificar el criterio expuesto. Si bien sostiene que la denominación “BLANKO” no corresponde al nombre común del bicarbonato ni describe literalmente su composición, tal circunstancia no desvirtúa el análisis efectuado, el registro del signo no depende únicamente de que este reproduzca la denominación exacta del producto, sino de la percepción que genera en el consumidor al relacionarlo con los productos que pretende distinguir.

En este caso, el denominativo empleado mantiene una vinculación directa con una característica y finalidad asociadas al producto de



limpieza solicitado, de modo que el consumidor no requiere efectuar un esfuerzo intelectual relevante para establecer esa relación.

Con respecto al argumento relativo a que la sustitución de la letra “C” por la “K”, aunada a la grafía especial del signo, los cuales considera le confiere suficiente capacidad distintiva. Como quedó establecido, dicha modificación ortográfica no altera la pronunciación ni el contenido conceptual de la expresión, que continúa siendo percibida como equivalente al vocablo “blanco”. La grafía empleada no introduce características con entidad suficiente para desplazar esa percepción.

El recurrente alega la existencia de otros signos registrados que incorporan las expresiones “blanco” o “blanca”, lo cual no es de recibo. El examen para el registro debe realizarse de manera individual y atendiendo a la conformación integral de cada signo y a los productos o servicios relacionados con este; por ello, la inscripción de otras marcas que incluyan vocablos semejantes no genera, un derecho al registro ni vincula a la Administración respecto de una solicitud posterior.

Por consiguiente, los argumentos planteados en el recurso no desvirtúan que, respecto de los productos solicitados, la denominación “BLANKO” transmite al consumidor un contenido directamente relacionado con estos y carece de elementos adicionales capaces de dotarla de la individualidad necesaria para cumplir adecuadamente la función distintiva de la marca. Por ello, se mantienen las objeciones establecidas con fundamento en el artículo 7 incisos c), d) y g) de la Ley de marcas.



QUINTO. 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 Sara Saénz Umaña, en su condición de apoderada especial de la compañía **CENTRAL AMERICAN BRANDS INC.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, venida en alzada.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada Sara Saénz Umaña, en su condición de apoderada especial de la compañía **CENTRAL AMERICAN BRANDS INC.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 13:39:40 horas del 2 de marzo de 2026, 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 el artículo 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: 28/08/2026 03:40

Karen Quesada Bermúdez



Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 28/08/2026 03:39

Oscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 28/08/2026 03:40

Cristian Mena Chinchilla

Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 28/08/2026 06:29

Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 28/08/2026 03:38

Norma Ureña Boza

gmq/KQB/ORS/CMC/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

Marcas inadmisibles

TE. Marcas intrínsecamente inadmisibles

TG. Marcas y signos distintivos

TNR. 00.41.53