

## RESOLUCION DEFINITIVA

**Expediente N° 2009-0765-TRA-PI-133-11**

**Solicitud de registro como nombre comercial del signo EARTH TRUST**

**Marcas y otros signos**

**Fideicomiso de la Escuela de Agricultura de la Región Tropical Húmeda S.A., apelante**

**Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen N° 2622-09)**

## **VOTO N° 0081-2012**

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.** San José, Costa Rica, a las diez horas diez minutos del veinticuatro de enero de dos mil doce.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por el Licenciado Manuel E. Peralta Volio, mayor, casado, abogado, vecino de San José, titular de la cédula de identidad número nueve-cero doce-cuatrocientos ochenta, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de la empresa Fideicomiso de la Escuela de Agricultura de la Región Tropical Húmeda Sociedad Anónima, titular de la cédula de persona jurídica número tres-ciento uno-cero ochenta y dos mil trescientos uno, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las catorce horas, diecinueve minutos, cuarenta segundos del dieciocho de enero de dos mil once.

## **RESULTANDO**

**PRIMERO.** Que en fecha veintisiete de marzo de dos mil nueve, el Licenciado Peralta Volio, representando a la empresa Fideicomiso de la Escuela de Agricultura de la Región Tropical Húmeda S.A., solicita se inscriba como nombre comercial el signo **EARTH TRUST**, para distinguir un establecimiento comercial dedicado a la administración de fideicomisos, inversiones, finanzas y negocios, y la adquisición, reorganización, tenencia y disposición de

haberes, valores y empresas, ubicado en Centro Omni, 8° piso, avenidas 1, calles 3 y 5, San José, Costa Rica.

**SEGUNDO.** Que por resolución de las catorce horas, diecinueve minutos, cuarenta segundos del dieciocho de enero de dos mil once, el Registro de la Propiedad Industrial resolvió rechazar la solicitud de registro de nombre comercial.

**TERCERO.** Que en fecha tres de febrero de dos mil once, la representación de la empresa solicitante planteó apelación contra la resolución final antes indicada.

**CUARTO.** Que a la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde y no se han observado causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados, o a la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución fuera del plazo legal toda vez que el Tribunal Registral Administrativo no contó con su Órgano Colegiado de doce de mayo de dos mil diez a doce de julio de dos mil once.

**Redacta la Juez Mora Cordero; y**

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.** Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito el nombre comercial **FIDUCIARIA DEL TRÓPICO HÚMEDO**, a nombre de Fiduciaria del Trópico Húmedo S.A., registro N° 193217, inscrito desde el treinta y uno de julio de dos mil nueve, para distinguir un establecimiento dedicado a administración de fideicomisos, inversiones, finanzas y negocios y la adquisición, reorganización, tenencia y disposición de haberes, valores y empresas, ubicado en el Centro Omni, 8° piso, avenida 1, calles 3 y 5, San José, Costa Rica (folios 62 y 63).

**SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** No hay de importancia para la presente resolución.

**TERCERO. SOBRE LA RESOLUCION APELADA Y LOS AGRAVIOS DEL APELANTE.** En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial, al denotar que el signo solicitado indica como domicilio el mismo que señala el nombre comercial inscrito, siendo esta situación susceptible de causar confusión, rechaza lo peticionado.

Por su parte, la representación de la empresa recurrente argumenta que:

- a) La interpretación del Registro “*...es inconstitucional y contrario a la ciencia del derecho porque lesiona el derecho de la personalidad y al nombre como atributo de la personalidad.*”.
- b) Que el nombre comercial posee dos vertientes, ya que identifica a una empresa o a un establecimiento, concibiendo a la empresa como el giro comercial y al establecimiento como el local físico en el cual ésta se asienta, entendiendo la conjunción “o” en su función gramatical disyuntiva, por lo que considera se puede proteger a uno u otro de estos aspectos con el tipo de signo distintivo solicitado.
- c) Que el nombre comercial es un derecho y un deber de todo comerciante.
- d) Que el nombre comercial, en definitiva, lo que distingue es al giro o actividad de la empresa.
- e) Que una empresa puede tener varios giros comerciales, y por ende varios nombres comerciales para cada uno de ellos.
- f) Que la empresa solicitante no tiene un establecimiento físico, sino que la dirección provista es la del despacho de abogados Divimark, ya que múltiples sociedades pueden domiciliarse en un mismo lugar, como su bufete, y que en definitiva no es necesario tener establecimiento físico para obtener un nombre comercial.

**CUARTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO.** Analizado el presente asunto, considera este Tribunal que ha de confirmarse lo resuelto por el Registro de la Propiedad Industrial. A efectos de llevar un orden en la exposición de los fundamentos de la presente resolución, se contestarán los argumentos de la apelación según fueron enumerados en el considerando tercero anterior.

- a) Concusión de los derechos de la personalidad y al nombre: El primer agravio expuesto indica que con su forma de resolver, el Registro de la Propiedad Industrial conculca el derecho a la personalidad y al nombre de la empresa representada. Sin embargo, los derechos de la personalidad y al nombre, tal y como se encuentran regulados por nuestro Código Civil en sus artículos del 44 al 59, corresponden tan solo a las personas físicas y no a las jurídicas, por lo tanto no se puede afirmar como lo hace el apelante que con la resolución final venida en alzada se lesionan los derechos de la personalidad y al nombre de la empresa apelante, ya que a ésta, en su condición de persona jurídica, no goza de tales derechos tal y como se exponen en nuestro Código Civil.
  
- b) El nombre comercial posee dos vertientes de protección: Como segundo agravio indica el apelante que cuando la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978 (en adelante, Ley de Marcas), indica en sus artículos 2 y del 64 al 69 la frase “empresa o establecimiento”, utiliza a la letra “o” en su forma disyuntiva, debiendo entenderse que con el nombre comercial se distingue o una cosa o la otra, asimilando por “empresa” al giro comercial y por “establecimiento” al local físico en donde se desarrolla éste. Sin embargo, considera este Tribunal que la interpretación correcta y sistemática de la expresión “empresa o establecimiento” no puede entenderse con un uso de la letra “o” como conjunción de valor disyuntivo, sino que ésta más bien se utiliza para expresar equivalencia (en dicho sentido ver segunda acepción de la voz “o” en el Diccionario Panhispánico de Dudas de la Real Academia Española, 1<sup>era</sup> edición, 2005). Para aclarar ésta idea, citamos al tratadista Joaquín Garrigues, que sobre la empresa indica:

“Para alcanzar la noción de empresa hay que partir de la base de que la empresa es ante todo un *círculo de actividades* regido por la idea organizadora del empresario. La empresa funciona –y toda empresa deja de serlo en cuanto deja de funcionar– tan pronto como el empresario ordena y combina entre sí los elementos de la producción, buscando el capital adecuado, adquiriendo máquinas e instalaciones, comprando materias primas o mercancías, arrendando locales, contratando técnicos y obreros. ... La empresa en marcha es, en suma, un conjunto dinámico de elementos heterogéneos: cosas corporales, derechos y relaciones materiales de valor económico que no son cosas ni derechos. (...) La empresa es un conjunto organizado de actividades industriales, de bienes patrimoniales y de relaciones materiales de valor económico.”

**GARRIGUES, Joaquín, Curso de Derecho Mercantil, Editorial Temis, Bogotá, reimpresión de la 7<sup>ma</sup> edición, 1987, Tomo I, págs. 172 y 173,** itálicas del original, subrayado nuestro.

Así, vemos como el concepto de empresa está directamente relacionado con las actividades que se ejercen para lograr el cometido del empresario, y en dicho sentido sus instalaciones, establecimiento o local juegan un papel preponderante en la construcción y mantenimiento de éstas.

“...es normal que la empresa tenga un punto fijo, centro de operaciones y sede de los elementos corporales que exteriorizan la organización económica. De quien comienza la explotación de un negocio mercantil se dice que “se establece”. La empresa comercial se llama también “establecimiento”. Tiene, pues, esta palabra un doble significado: como acto –el acto de establecerse, es decir, de dedicarse a una actividad estable, en armonía con la permanencia de la empresa a pesar del cambio de sus elementos– y como lugar donde habitualmente se ejerce una industria mercantil.”

**GARRIGUES, op. cit., pág. 201.**

Los conceptos trascritos son un claro indicativo de la forma en que ha de entenderse en la Ley de Marcas la locución “empresa o establecimiento”, sea con una doble dimensión: la de la actividad a desarrollar por el empresario, y la del local o lugar físico en el cual ha de desarrollarse dicha actividad, lo cual ya había sido correctamente señalado por el Registro de la Propiedad Industrial en la resolución ahora apelada. Por ello es que la idea de dos vertientes de protección no es correcta, ya que el nombre comercial distingue en el tráfico mercantil y respecto de una empresa, tanto a su giro o actividad como a su local o establecimiento físico, no a uno u otro como lo pretende hacer ver el apelante. Y sobre la legislación de la Comunidad Andina y la doctrina española utilizadas para reforzar los argumentos del recurso, indica este Tribunal que en ambos sistemas jurídicos el nombre comercial posee una naturaleza distinta a la dada por la Ley costarricense. Tanto la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, denominada Régimen Común sobre Propiedad Industrial, que rige el tema del nombre comercial para las Repúblicas de Colombia, Ecuador y Perú y el Estado Plurinacional de Bolivia, como la Ley 17/2001, de 7 de diciembre, de Marcas, vigente en el Reino de España, han realizado un claro deslinde entre el asunto de la identificación en el tráfico mercantil del giro comercial de la empresa y el de la localización física de su establecimiento, utilizándose en ambos sistemas jurídicos a la figura del nombre comercial para diferenciar a la actividad o giro, y dejándose para la individualización del lugar a donde se ejerce ésta actividad a las figuras del rótulo o enseña en la Comunidad Andina y la del rótulo de establecimiento en España, en dicho sentido han de confrontarse los artículos 190 y 200 de la Decisión 486, y 87 y disposición transitoria tercera de la Ley 17/2001. Otras diferencias palmarias entre la figura del nombre comercial vigente en dichas legislaciones extranjeras y la regulada en Costa Rica las tenemos en el uso de la Clasificación Internacional de Niza en aquellas, no aplicable en nuestro país, y en el vencimiento y renovación de los nombres comerciales según los mismos plazos aplicados a las marcas de comercio, mientras que nuestra legislación les establece una duración indefinida, estando atada su extinción a la de la

propia empresa que lo emplea. Entonces, si bien está claro que en los sistemas andino y español descritos el nombre comercial identifica al giro de la empresa, en Costa Rica su naturaleza es distinta, ya que al no existir una separación entre la protección jurídica que se brinda a una y otra dimensión, sea a la actividad y a la localización, con el nombre comercial costarricense se hace identificar a la empresa en esa doble dimensión, ambas dignas de cobijo legal por ser elementos esenciales en el quehacer del empresario, pero de consuno, y no aisladamente como lo argumenta el apelante.

- c) El nombre comercial como derecho y deber del comerciante: Nuestro Código de Comercio, en sus artículos del 242 al 250, regula lo relacionado a la forma en que han de identificarse los comerciantes en el tráfico mercantil, indicándose en la primera parte del artículo 242 la obligación de éstos de usar un nombre como distintivo comercial. Entonces, encontramos que, en efecto, se establece un deber. Pero de dicha situación no se puede derivar válidamente el pretender tener un derecho al registro del nombre comercial tal y cual se solicite, ya que éste ha de conformarse al marco de calificación registral aplicable. Se debe recordar que, en consonancia con lo establecido por el artículo 8 del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, suscrito por Costa Rica, nuestra Ley de Marcas en su artículo 64 indica que, respecto del nombre comercial, la adquisición del derecho exclusivo se adquiere por su primer uso en el comercio.

“En la regulación del nombre comercial ha tenido tradicionalmente, y tiene ahora también, un peso específico la protección unionista que a dicha figura confiere el CUP. El CUP determina la protección del nombre comercial sin necesidad de registro en los Estados de la Unión (protección unionista)...” **LOBATO, Manuel, Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, Editorial Civitas, Madrid, 1<sup>era</sup> edición, 2002, pág. 127.**

Entonces, el registro de un nombre comercial no marca su nacimiento como derecho exclusivo como si sucede con, por ejemplo, las marcas de comercio, sino que para éstos el

registro resulta ser meramente declarativo y no constitutivo de derechos. Y si se establece la posibilidad de que los comerciantes puedan registrar su nombre comercial, es por la seguridad jurídica que tal registro ofrece para el tráfico mercantil, lo cual va en evidente provecho del titular, pero el signo que sea sometido a la calificación registral debe de pasar por el tamiz impuesto por el artículo 65 de la Ley de Marcas, que indica en qué casos el signo se considerará inadmisible. Por todo lo anterior es que no se puede considerar que exista un derecho al nombre comercial en el sentido expuesto por el apelante, sino que más bien lo que existe es una expectativa de derecho a la obtención de la categoría de nombre comercial registrado, la cual será cumplida en la medida en que lo solicitado se ajuste al marco legal regulatorio de este tipo de registros.

- d) El objeto del nombre comercial: Afirma el apelante que el nombre comercial puede tener por objeto tanto proteger al giro comercial de una empresa en su sentido de actividad, como a un establecimiento según su localización física. Sin embargo y como ya se explicó ésta tesis fragmenta en dos lo que en realidad ha de entenderse como una unidad. Giro y establecimiento físico son las dos caras indivisibles de una misma moneda, la que se va a hacer distinguir con el nombre comercial. Por ello es que el Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo N° 30233-J (en adelante, Reglamento), en su artículo 42 incisos b) y c) exige que las solicitudes de nombre comercial contengan la indicación de la ubicación exacta de la empresa o establecimiento así como su giro o actividad, información que forma parte además del edicto a publicar de acuerdo al artículo 43, y que es claramente indicada en el certificado de registro y en las certificaciones que del nombre comercial se emiten. Esta información es necesaria para poder reconocer sobre qué actividad y localización exactamente se está otorgando el registro del nombre comercial. Sobre el punto este Tribunal indicó:

“Respecto a lo alegado por la apelante, no se desconoce la realidad mercantil en la cual varios locales comerciales comparten el mismo techo al cobijo de un gran

establecimiento físico, pero éstos siempre mantienen su espacio particular, inconfundible y debidamente identificado precisamente para que el consumidor pueda reconocerles, y esa particular ubicación es la que hay que declarar de forma muy específica en la solicitud de registro del nombre comercial, para que el Estado, por medio del Registro de la Propiedad Industrial, pueda otorgar un derecho claro y concreto sobre cuál es el local que se distingue con el nombre comercial que se concede.” **Voto N° 398-2010 de las dieciséis horas treinta minutos del veintiséis de abril de dos mil diez.**

- e) Multiplicidad de nombres comerciales: Reclama el apelante que una empresa puede tener inscritos para sí varios nombres comerciales. Sin embargo, considera este Tribunal que esa interpretación no se ajusta a la naturaleza jurídica que la legislación costarricense le ha asignado a dicha figura. El nombre comercial está originalmente regulado por el Código de Comercio, en sus artículos del 242 al 250, estableciéndose, como se indicó líneas atrás, un deber para los comerciantes de utilizar en su actividad un nombre como distintivo comercial. Esta Ley no resuelve directamente el tema de la posible unicidad o pluralidad del nombre comercial respecto de una misma empresa, como si se hace en, por ejemplo, el sistema de la Comunidad Andina, artículo 190 párrafo segundo que se decanta por la pluralidad. Por ello es que, para su correcta interpretación, hemos de entender cuál es el espíritu que se deriva de las normas allí contenidas, para poder llegar a una conclusión sobre el punto. Como primer elemento a tomar en cuenta tenemos que siempre que en el Código de Comercio y en la Ley de Marcas se relacionan las ideas de comerciante o empresa y nombre comercial, ésta se establece de forma singular, sin indicarse en ningún momento la posibilidad de una existencia plural como si sucede en la Decisión 486. Aunado a esto ha de tenerse en cuenta que, de acuerdo a lo establecido por la segunda parte del artículo 242 del Código de Comercio, para los comerciantes que ejercen su actividad individualmente, sea en su carácter personal y no a través de una persona jurídica, se decreta una prohibición expresa de utilizar como nombre comercial uno

distinto al propio, por lo tanto, y como consecuencia lógica de tal norma, se puede afirmar válidamente que los comerciantes individuales tan solo pueden tener un único nombre comercial, sea su propio nombre. Esta unicidad impuesta al comerciante individual proviene de la idea de que el nombre comercial no debe de llamar a engaño o confusión, recogida tanto en los artículos 244 a 249 del Código de Comercio, como en el 65 de la Ley de Marcas, que contienen normas de aplicación a la construcción de este tipo de signos distintivos, y siendo que esta finalidad de transparencia se traspone no solamente a los comerciantes individuales sino a todos los comerciantes, el criterio de la unicidad ha de ser aplicado a todos por igual, y no solamente al comerciante individual.

“En un proceso de objetivación el nombre comercial se ha transformado, y de medio de individualización del comerciante ha venido a ser medio de individualización de la empresa mercantil... // ...el nombre comercial es único, de forma que ninguna persona puede utilizar simultáneamente dos nombres comerciales en el ejercicio de su actividad mercantil...” **GARRIGUES, op. cit., págs. 245 y 247.**

Si bien el giro comercial de una empresa se puede dividir y en múltiples actividades concretas, el giro como un todo es uno y único, y sus diversas manifestaciones no pueden asimilarse a la totalidad de éste. Por ello es que la objetivación de la que nos habla el tratadista Garrigues tan solo se puede lograr en el comercio a través de la unicidad del nombre comercial: las diversas manifestaciones de un giro comercial podrán hacerse identificar en el comercio con signos distintivos acordes a la naturaleza de lo que se pretenda hacer distinguir, pero el giro de la empresa, la totalidad de éste, tan solo podrá hacerse corresponder a un único nombre comercial. A modo de ejemplo, si una empresa tiene por giro comercial la comercialización de granos básicos para consumo humano, dicha actividad se puede manifestar a través de la venta de arroz, frijoles y maíz. Cada uno de estos productos podrá ser puesto a disposición del consumidor con una marca de comercio que los identifique y distinga de otros iguales en el mercado, pero eso no quiere

decir que la empresa haya dividido su giro en tres, y que para cada uno de ellos pueda utilizar un nombre comercial. Esta forma de pensar asimila la naturaleza de las marcas a la de los nombres comerciales, no siendo esto posible, ya que para las marcas se establece un plazo de vencimiento de diez años así como un procedimiento específico para lograr su renovación, con pago de tasas y cumplimiento de formalidades, mientras que el nombre comercial no ha de ser renovado y su existencia se liga directamente a la propia existencia de la empresa que lo ostente. Por ello, otorgar nombres comerciales para las distintas manifestaciones que de un giro o actividad se realicen en el comercio equivaldría a otorgar derechos de exclusiva sin vencimiento para identificar la comercialización de productos o servicios, lo cual está reservado para las marcas de comercio. Los derechos de propiedad intelectual están signados por la temporalidad: todos tienen plazos de vencimiento, unos más largos que otros, renovables en unos casos y en otros no, pero en cada caso dicho plazo se ajusta a la propia naturaleza del derecho en concreto. Por ello, si el nombre comercial pretende hacer distinguir en el tráfico la dualidad giro-local físico de una empresa o establecimiento, mal se haría en otorgar nombres comerciales con los que se pretenda hacer distinguir las diversas manifestaciones concretas de una actividad, ya que se estaría otorgando un derecho de exclusiva cuya naturaleza no se corresponde con la naturaleza de lo que se pretende hacer distinguir, por la concesión de un derecho sin vencimiento cierto cuando lo correcto es otorgar uno de vencimiento fijado por Ley.

- f) Las sociedades no necesitan de un local físico para funcionar: Como último alegato, el apelante indica que las sociedades no necesitan tener un establecimiento físico para existir, y que varias de ellas pueden domiciliarse en una misma dirección. Tampoco este alegato puede ser atendido en la presente resolución. El apelante hace equivaler los conceptos de empresa y el de sociedad, lo cual no es correcto. Las sociedades regidas por el Código de Comercio son una forma prevista por el derecho costarricense para que las personas puedan ejercer actividades comerciales separadamente de su esfera personal, manteniendo disociados ambos patrimonios. Pero la mera constitución de una sociedad no presupone la

existencia de empresa en el sentido de la estructuración de capital y trabajo para la obtención de un rédito, así como la empresa no necesariamente ha de estar regida por medio de una sociedad.

“Esta doctrina, que atribuye personalidad jurídica a la empresa, renace modernamente a causa de la confusión, para ciertos autores, entre empresa y sociedad. Al ser confundida la empresa con la sociedad, la personalidad jurídica atribuida a esta se extiende a la empresa misma. Se olvida así que la sociedad, como empresario que es, no puede ser confundida con la empresa.” **GARRIGUES, op. cit., pág. 165.**

“Tomamos partido en la referida polémica, admitiendo y sosteniendo la diferencia entre los conceptos de empresa y sociedad, frecuentemente confundidos y usados sin discriminación.

La empresa es un complejo de producción o intercambio de bienes y servicios, dinamizado por el factor humano afectado a esa actividad específica en el ámbito económico.

Surge del esbozo conceptual precedente que ese conjunto de personas y bienes de capital reunidos en la empresa responden al a voluntad motora del empresario. En otras palabras, que *la empresa es el objeto* inanimado en tanto no le infunda su vida propia *el sujeto, o sea el empresario*.

A su vez, el empresario puede ser una persona física (empresario individual) o de existencia ideal (persona jurídica). El segundo supuesto se da habitualmente bajo la forma societaria.

Como se advierte, la identificación es posible –parcialmente, desde luego– entre empresario y sociedad, pero no entre empresa y sociedad, como propugna un sector de la doctrina nacional, inspirado en autores italianos como Mossa y Dalmartello.

La relación conceptual entre empresa y sociedad es la existente entre objeto y sujeto, entre contenido y continente, entre sustancia y forma, para apelar a diversas categorías lógicas.

La sociedad es una de las formas jurídicas que pueden dar continente a esa sustancia o contenido dinámico que es la empresa. Lo es cuando el empresario ha adoptado la estructura societaria, pero no cuando explota su empresa a título individual, hipótesis frecuente aún en nuestro medio.

Resulta de todo ello que puede haber empresa sin correlativa sociedad..."

**MASCHERONI, Fernando H., Sociedades Comerciales, Editorial Universidad, Buenos Aires, 1986, págs. 30 y 31,** itálicas del original.

Para la constitución de sociedades, el artículo 18 del Código de Comercio, inciso 10), exige la indicación de un domicilio cierto dentro del territorio costarricense, que sea válido para recibir notificaciones. Para cumplir con tal requisito es permitida la forma de constitución utilizada por el Despacho de Abogados del Licenciado Peralta Volio, señalando su propia dirección, ya que ésta, evidentemente, sirve para recibir notificaciones. Pero no es esta la dirección a la que se refiere el artículo 42 inciso b) del Reglamento. Ésta se refiere a la ubicación exacta de la empresa, o lo que es lo mismo, del establecimiento que se pretende hacer identificar en el tráfico mercantil con el nombre comercial solicitado, y no a un simple lugar para recibir notificaciones. Respecto a la afirmación del apelante, que indica que el Registro, oficiosamente, tomó la dirección de Divimark y la usó como si fuese el establecimiento, indica este Tribunal que claramente del escrito de solicitud se denota a folio 2 como tal dirección es señalada en cumplimiento del requisito del artículo 42 inciso b) antes indicado, por lo tanto es válida la actuación del **a quo** en dicho sentido. Por ello, si bien la domiciliación múltiple en una misma dirección en dónde sea apta la recepción de notificaciones es un método aceptado para la constitución de sociedades ante el Registro de Personas Jurídicas, la intención de trasponer esa regla a la obtención del registro de nombres comerciales no es dable, ya que ésta figura

posee una naturaleza diferente y para su inscripción es necesario el señalamiento de una dirección cierta y no confundible con otras que ya consten en el marco de calificación registral aplicable.

Tanto el giro comercial de una empresa como la localización física de su establecimiento son elementos dignos de tutela jurídica por parte de nuestro sistema legal, y respecto del tema de su debida identificación e individualización dentro del tráfico mercantil la Ley de Marcas les otorga protección a ambos, de manera conjunta e indivisible, a través de la figura del nombre comercial. Éste ha de ser único respecto de un giro y establecimiento concretos, y ha de ser perfectamente individualizable de otros. En el presente asunto, al existir un nombre comercial ya inscrito a nombre de un tercero y cuyo establecimiento está localizado en el mismo lugar en que se pretende localizar el ahora solicitado, el marco de calificación registral impide otorgar lo pedido, ya que se prestaría a causar confusión en los medios comerciales y el público sobre la identidad de la empresa o sobre la procedencia empresarial de los servicios comercializados, artículo 65 de la Ley de Marcas. Conforme a las consideraciones que anteceden, procede declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto, confirmándose la resolución final venida en alzada.

**QUINTO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VÍA ADMINISTRATIVA.** Por no existir ulterior recurso contra esta resolución, de conformidad con los artículos 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, N° 8039, y 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J, se da por agotada la vía administrativa.

**POR TANTO**

Con fundamento en las consideraciones expuestas, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado Manuel E. Peralta Volio representando a la empresa Fideicomiso



---

de la Escuela de Agricultura de la Región Tropical Húmeda Sociedad Anónima, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las catorce horas, diecinueve minutos, cuarenta segundos del dieciocho de enero de dos mil once, la que en este acto se confirma, denegándose el registro como nombre comercial del signo EARTH TRUST. Se da por agotada la vía administrativa. 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. **NOTIFÍQUESE.**

**Norma Ureña Boza**

**Pedro Daniel Suárez Baltodano**

**Ilse Mary Díaz Díaz**

**Kattia Mora Cordero**

**Guadalupe Ortíz Mor**

### ***DESCRIPTORES***

#### ***NOMBRES COMERCIALES PROHIBIDOS***

*TG: NOMBRES COMERCIALES*

*TR: EMBLEMA COMERCIAL*

*MARCAS INADMISIBLES*

*TNR: 00.43.02*