



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente N° 2014-0588-TRA-PI

Solicitud de inscripción de marca: “RIKO MONTAIN CAFÉ (DISEÑO)”

QUALITY GRAINS S.A DE C.V, Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen No. 4294-2014)

[Subcategoría: Marcas y otros Signos]

VOTO N° 0083-2015

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las catorce horas con quince minutos del veinte de enero de dos mil quince.

Recurso de Apelación interpuesto por el Licenciado **MARCK VAN DER LAAT ROBLES**, abogado, vecino de San José, cédula de identidad número 1-1196-0018, en su condición de apoderado especial de la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Industrial, a las trece horas, cincuenta y tres minutos con cincuenta y tres segundos del dieciséis de julio de dos mil catorce.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante memorial presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el día 21 de mayo de 2014, por el Lic. **MARCK VAN DER LAAT ROBLES**, en su condición de apoderado de la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio **“RIKO MONTAIN CAFÉ”**, en **clase 30** internacional, para proteger y distinguir: **“Café, café procesado y sucedáneos del café.”**



Diseño:



El diseño de la marca consiste en una denominación en tipografía especial “riko Mountain café”. La denominación “riko” está escrita en letras de color azul, con el punto de la letra “i” en color naranja. Debajo de dicha denominación se encuentra inscrita la denominación “Mountain” en color anaranjado, debajo de esta, la denominación “café” en color amarillo. La traducción al español de la palabra “Mountain” es montaña. La palabra “Riko” no tiene traducción al español ya que trata de una denominación de fantasía.

SEGUNDO. Mediante resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas, cincuenta y tres minutos con cincuenta y tres segundos del dieciséis de julio de dos mil catorce, resolvió: “[...] *Rechazar la inscripción de la solicitud presentada. [...].*”

TERCERO. Inconforme con la resolución mencionada el Lic. **MARCK VAN DER LAAT ROBLES**, apoderado de la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, interpuso para el día 24 de julio de 2014 en tiempo y forma el Recurso de Revocatoria con Apelación en subsidio, ante el Tribunal de alzada.

CUARTO. Que mediante resolución dictada a las catorce horas, dos minutos con seis segundos del treinta de julio de dos mil catorce, el Registro de la Propiedad Industrial, resolvió: “[...] *Declarar sin lugar el Recurso de Revocatoria [...] y Admitir el Recurso de Apelación ante el Tribunal Registral Administrativo, [...].*”

QUINTO. 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 el Órgano Colegiado del 12 de mayo del 2010 al 12 julio del 2011

Redacta la Juez Mora Cordero, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal tiene como hecho probado de relevancia para la resolución de este proceso, que en el Registro de la Propiedad Industrial, se encuentran inscritas las siguientes marcas:

1) **Marca de Fábrica:** “Montaña”, diseño: , registro número **51285**, en **clase 30** internacional, propiedad de **DISTRIBUIDORA CAFÉ MONTAÑA S.A.**, inscrita desde el 16 de noviembre de 1976 y vigencia al 16/11/2016. (v.f 54)

2) **Marca de Fábrica:** “CAFÉ DE ALTURA MONTAÑA”, diseño:



registro número **137888**, en **clase 30** internacional, propiedad de **DISTRIBUIDORA CAFÉ MONTAÑA S.A.**, inscrita desde el 24 de marzo de 2003, y vigencia al 24/03/2023. (v.f 56)

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con este carácter para el dictado de la presente resolución.

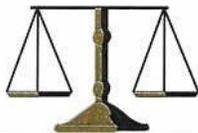
TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. El Registro de la Propiedad Industrial, resolvió rechazar la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio



“**riko Mountain café (Diseño)**” presentada por la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, al determinar que la marca solicitada corresponde a una marca inadmisibles por derechos de terceros, así se desprende de su análisis y cotejo realizado con las marcas inscritas “**MONTAÑA (diseño)**” y “**CAFÉ DE ALTURA MONTAÑA (diseño)**”, en virtud de que se comprueba que hay similitud, lo cual podría causar confusión en los consumidores al no existir distintividad suficiente que permita identificarlas e individualizarlas. Por lo que siendo inminente el riesgo de confusión que generarían las marcas en el mercado, se vería afectado no solo el derecho de elección del consumidor, sino que además se estaría socavando el esfuerzo de los empresarios por distinguir sus productos a través de los signos marcarios, los cuales se reconocen a través de su inscripción. En consecuencia se trasgrede el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, en concordancia con el artículo 24 de su Reglamento.

Por su parte, el representante de la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, dentro de sus agravios indicó en términos generales que entre los signos cotejados **MONTAÑA (DISEÑO)**, **MONTAÑA CEFÉ DE ALTURA (DISEÑO)** que se encuentran inscritos y la marca solicitada por su representada **RIKO MOUNTAIN CAFÉ (DISEÑO)**, son claramente distintivas, no solo a nivel fonético sino además de forma gráfica. Agrega, que la escritura es muy diferente entre ellas, además de que la palabra **RIKO** contenida en la marca de su representada, trata de una palabra de fantasía que le proporciona gran distintividad, lo cual la hace diferente de cualquier otra inscrita en el momento.

Continua manifestando, que al ser el término **RIKO** la frase más preponderante de la denominación y ser una expresión de fantasía, le proporciona al signo propuesto la distintividad suficiente con respecto a los registros inscritos. Que los signos cotejados cuentan con logotipos distintos, los cuales hacen que se diferencien entre ellos con gran facilidad e impide que el consumidor los llegue a confundir. Que existen signos inscritos en clase 30 que utilizan la palabra “**MONTAÑA**” o “**MOUNTAIN**” lo cual no ha causado ningún tipo de conflicto o confusión entre los consumidores. Que al no permitir la coexistencia registral de la



marca de su representada, se le estaría causando un perjuicio, en virtud de que se le estaría negando un derecho que se les concedió a los titulares de los signos inscritos, lo cual produce una situación de desproporción. Para los citados efectos adjunta documentos como prueba para mejor proveer visibles de folio 72 al 183 del expediente de marras, a efectos de acreditar el uso y legitimación respecto del signo propuesto, en otros países. Por lo anterior, solicita se revoque la resolución venida en alzada, para que se continúen con el proceso de inscripción de la marca de su representada RIKO MOUNTAIN CAFÉ (DISEÑO), y se emita el respectivo edicto de Ley.

CUARTO. SOBRE EL CASO CONCRETO. Cabe destacar por parte de este Órgano de alzada, que de conformidad con la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos No. 7978 de 06 de enero de 2000 y su Reglamento, Decreto Ejecutivo número 30233-J de 20 de febrero de 2002, publicado en el Diario Oficial La Gaceta en fecha 4 de abril de 2002, que disponen que todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo, no puede generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción, y ésta es la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular, que tiene como corolario la protección que se despliega con el uso de esa marca, en relación con las marcas de productos similares.

Por ello, entre menos aptitud distintiva posea un signo, mayor será la probabilidad de confusión, toda vez que la semejanza entre los signos puede inducir a los consumidores a error en cuanto a la procedencia o el origen de los productos que adquieren en el mercado. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre productos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador, por ende, no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

Bajo tal entendimiento, el artículo 8 incisos a) y b) en concordancia con el artículo 24 del Reglamento, es muy claro al negar la admisibilidad de una marca, cuando esta sea susceptible



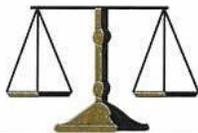
de causar riesgo de confusión o riesgo de asociación, respectivamente ***al público consumidor, a otros comerciantes***, ya que este puede producirse por la similitud o semejanza entre los signos, sino también por la naturaleza de los productos o servicios que identifican y la actividad mercantil que de esta se pretende, debiendo imperar la irregistrabilidad en aquellos casos en que los signos propuestos se pretendan para los mismos productos o servicios, o bien se encuentren relacionados o asociados.

En este sentido, para que prospere el registro de un signo distintivo, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que es cuando entre dos o más signos, se presentan similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos, sea de carácter visual, auditivo o ideológico.

Ante ello, el operador del Derecho debe realizar el cotejo marcario y colocarse en el lugar del consumidor, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado en tales signos. Luego, debe atenerse 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); y tener en consideración las semejanzas y no las diferencias entre los signos en conflicto. 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 hubiere entre ellos.

Desde esta perspectiva cabe resumir, entonces, que el **cotejo marcario** se integra por el derecho del titular de un signo a la individualización de su producto, servicio o establecimiento, y por el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

Bajo las citadas consideraciones, este Tribunal estima que lleva razón el Registro de la Propiedad Industrial al denegar la solicitud presentada por la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, toda vez que la marca de fábrica y comercio petitionada **“RIKO MOUNTAIN CAFÉ (DISEÑO)”**, y las marcas de fábricas inscritas **MONTAÑA (DISEÑO), MONTAÑA**



CEFE DE ALTURA (DISEÑO), a favor de la empresa **DISTRIBUIDORA CAFÉ MONTAÑA S.A.**, tal y como fue analizado presentan similitudes que pueden inducir al consumidor a encontrarse en una situación de error o confusión con respecto a los productos que comercializa la marca inscrita, dada la identidad de rasgos a nivel gráfico, fonético e ideológico.

En cuanto, al **nivel visual** de los signos cotejados podemos señalar, que:



Tal y como se desprende, la parte más sobresaliente o predominante entre los signos se encuentra localizada en la palabra “**MONTAÑA / MOUNTAIN**”, la cual pese a encontrarse una en idioma inglés, traducido al español significa “**MONTAÑA**”, por lo que claramente los relaciona a un mismo concepto, sea con la palabra “**montaña**” y de esa misma manera será percibido e identificado por el consumidor. Máxime, que del estudio integral se desprende que la signo propuesto utiliza el mismo color naranja en la palabra **MONTAÑA** que el del signo registrado, por lo que ello evidencia la posibilidad de que el consumidor se encuentre en una situación de error o confusión con respecto al producto que comercializa la marca inscrita.

Ahora bien, siendo como se ha indicado líneas arriba el elemento “**MONTAÑA / MOUNTAIN**” la frase más sobresaliente entre los signos cotejados, es claro que a **nivel fonético** el consumidor al escuchar las denominaciones las relaciones por asociación como si fuesen de un mismo origen empresarial, por lo que ello conlleva evidentemente a que se pueda generar confusión entre los productos que comercializa una u otra empresa.



En este mismo sentido, debemos señalar que la palabra “**RIKO**” si bien es su conformación gramatical se visualiza con la letra “**K**” a la hora de ejercer su pronunciación se escucha y percibe de manera idéntica a la expresión “**RICO**” por lo que evidentemente no solo nos encontramos con una un término genérico de usanza común, el cual es inapropiable por parte de un tercero, sino que además le proporciona una característica de ventaja al producto, respecto de los demás competidores.

Respecto de la connotación **ideológica** es claro que las denominaciones al contener las mismas expresiones “**MONTAÑA / MOUNTAIN**” indistintamente del idioma evocarán la misma idea o concepto en la mente del consumidor, en virtud de ser una frase de fácil traducción “montaña”, por ende, tal y como se ha venido analizando el riesgo de confusión es inevitable. Lo anterior, aunado a que la actividad comercial que se pretende es para la misma línea de productos que comercializa la marca inscritas, en clase 30 internacional, por ende, la actividad mercantil se ejercerá en los mismos tipos de establecimientos y anaqueles, por lo cual el consumidor va asociar las marcas como si fuesen del mismo origen empresarial, lo cual lesionaría evidentemente los derechos del titular de los registros inscritos.

Ahora bien, cabe destacar que el signo propuesto “**RIKO MOUNTAIN CAFÉ**” se encuentra compuesto por términos que resultan genéricos o de uso común, elementos u expresiones que no pueden ser apropiables por parte de terceros, ya que limitarían con ello a que los demás comerciantes puedan utilizarlos en sus propuestas, por ende, el calificador a la hora de realizar su análisis no podría considerar que estos elementos le proporcionen el grado de distintividad necesario para poder obtener protección registral. Al respecto, el Convenio de París en su artículo 6 quinquies b-2 en cuanto al carácter distintivo de un signo dice, que ante la falta de distintividad de una marca es suficiente para denegar su inscripción.

Recordemos que si los signos son totalmente diferentes, no se incluyen dentro del cotejo los productos o servicios, porque basta que no se confundan entre sí y que el consumidor al verlos no los relacione. El problema surge si existe algún tipo de similitud entre esos signos. Para



estos casos se debe aplicar el principio de especialidad que indica el artículo 89 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, en el sentido de que los servicios o productos deben ser totalmente diferentes y esto incluye, que ni siquiera se puedan relacionar. Resumiendo, pueden existir en el mercado signos inscritos iguales o similares, pero protegiendo productos o servicios disímiles, situación que como se ha venido analizando no le es de aplicación al caso bajo examen, en virtud de que tal y como se desprende la marca “**Montaña (diseño)**”, **registro 51285**, para proteger: “*Café, [...].*” Así como la marca “**CAFÉ DE ALTURA MONTAÑA (diseño)**”, **registro 137888**, para proteger: “*Café.*” Ambas en **clase 30 internacional**, propiedad de **DISTRIBUIDORA CAFÉ MONTAÑA S.A.**, (v.f 54 al 56). Por lo que, este Órgano de alzada, tiene por demostrado que el signo propuesto “**RIKO MOUNTAIN CAFÉ (diseño)**” pretende de la misma manera la protección de los mismos productos en **clase 30 internacional**, sea respecto de: “*Café, café procesado y sucedáneos del café.*” (v.f 2), por ende, relacionados con la misma actividad mercantil de ejercen las marcas inscritas, bajo una denominación similar, por lo que ello trae como consecuencia que el signo propuesto no tenga la actitud de distintividad necesaria para coexistir registralmente y en consecuencia procede su denegatoria.

Ahora bien, respecto a la tipográfica y colores utilizados en el diseño de la denominación propuesta, cabe advertir que el hecho de que el signo propuesto contenga elementos visibles y gráficos, no es una circunstancia que le proporcione por sí sola la distintividad necesaria, en virtud de que como se indicó líneas arriba su análisis se realiza de manera conjunta integrando la parte gráfica con la denominativa, pero prevaleciendo la parte denominativa y de ahí se determina su aptitud distintiva. Y que para el caso bajo examen, queda claro que dichos elementos no le proporcionaron a la solicitud la actitud necesaria para poder coexistir registralmente.

QUINTO. EN CUANTO A LOS EXTREMOS SEÑALADOS. Alega el representante de la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V.**, dentro de los extremos señalados que entre los signos cotejados **MONTAÑA (DISEÑO)**, **MONTAÑA CEFÉ DE ALTURA (DISEÑO)** que



se encuentran inscritos y la marca solicitada por su representada RIKO MOUNTAIN CAFÉ (DISEÑO), son claramente distintivas, no solo a nivel fonético sino además de forma gráfica. Lo anterior, dado que la escritura es muy diferente entre ellas. Al respecto, cabe señalar por parte de este Juzgador, que tal y como se analizó líneas arriba el examen se realiza de manera conjunta integrando la parte gráfica con la denominativa, pero prevaleciendo la parte denominativa y de ahí se determina su aptitud distintiva. Por lo que los colores utilizados respecto de la tipografía no es una circunstancia que le proporcione por sí sola la distintividad necesaria, máxime, que a diferencia de lo que estima el recurrente la tipografía utilizada en la propuesta es casi idéntica a la de los signos inscritos, por lo que sus manifestaciones en este sentido no son acogidas.

Señala el recurrente que la palabra RIKO contenida en la marca de su representada, trata de una palabra de fantasía que le proporciona gran distintividad y que además la hace diferente de las inscritas. En cuanto al extremo señalado, debemos indicar en este sentido, que un término es y se considera de fantasía, cuando este es creado por su titular sin que exista la más mínima posibilidad de que el consumidor pueda deducir o interpretar un significado de ella y menos que evoque una cualidad del producto. Las marcas de fantasía conllevan a una alta inversión para posicionarlas en el mercado, y en razón de esto merecen una mayor protección, por ejemplo *xerox* para fotocopiadoras.

Máxime, que tal y como fue analizado la frase “RIKO” empleada en la propuesta, a la hora de pronunciarla nos refiere de manera directa al concepto “RICO”, por lo que ello evidencia que efectivamente nos remite a un significado específico, que no solo le proporciona una característica de ventaja al producto, respecto de los demás competidores, sino que además, constituye un término genérico de usanza común, el cual es inapropiable por parte de un tercero y en consecuencia procede su rechazo. De ahí que los agravios en este sentido, no son de recibo.

Respecto, a la existencia de signos inscritos en la misma clase 30 que utilizan la palabra



“MONTAÑA” o “MOUNTAIN”. Al respecto, este Tribunal hace de conocimiento del recurrente que los signos marcarios inscritos en el Registro de la Propiedad Industrial, se encuentran sometidos al proceso de calificación registral. Sin embargo, el hecho de que existan signos inscritos no constituye un parámetro para definir la inscripción de otro, en virtud de que los criterios que otorgan o deniegan los registros marcarios son analizados en forma independiente, para cada caso en particular, conforme a su naturaleza y bajo la normativa marcaria aplicable para dicho fin.

Al respecto, este Tribunal Registral Administrativo ya ha emitido vasta jurisprudencia con respecto a ello, y al efecto dispone: “[...] *no es vinculante a efectos de proceder a una inscripción de un determinado signo distintivo, ya que la calificación que se realiza en nuestro país, no depende de que ya se encuentren registrados signos anteriores, los cuales pudieron haber sido inscritos en transgresión a las prohibiciones que establece nuestra Ley de marcas y otros signos distintivos y es conforme al análisis de estas prohibiciones ya establecidas (artículos 7 y 8 de la ley citada), que el registrador determinará si procede o no la inscripción de los signos distintivos propuestos, dependiendo de cada caso en concreto. [...].*” (Voto. 986-2011 del Tribunal Registral Administrativo.) Por lo que, sus manifestaciones en este sentido, no son de recibo.

Ahora bien, respecto de los documentos aportados como prueba para mejor proveer que rolan de folio 72 al 183 del expediente de marras y que corresponden a facturas, documentos de publicidad, relacionados a las marcas RIKO MOUNTAIN CAFÉ y RIKO CAFÉ, así como certificados de registro de la marca RIKO, RIKO CAFÉ y RIKO MOUNTAIN en el Salvador, de la marca RIKO CAFÉ (DISEÑO) en Honduras y Nicaragua, en aras de demostrar el uso de la marca RIKO MOUNTAIN CAFÉ en el resto de Centroamérica. Además de estar registrada en otros países, por lo que considera cuenta con los elementos necesarios para su inscripción.

En cuanto a las consideraciones indicadas en el párrafo anterior, debe recordar el recurrente que la protección de la materia de propiedad intelectual, surge a partir de convenios



internacionales suscritos entre los países contratantes y una vez ratificados, los Estados se comprometen a promulgar la legislación que corresponda, tomando como fundamento mínimo las normas establecidas en esos convenios. Bajo este entendimiento en Costa Rica, a partir del 24 de mayo de 1995, pasó a formar parte del marco jurídico nacional por Ley N° 7484 el Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial del 20 de marzo de 1883, por lo que no se podría obviar lo que al respecto establece el artículo 6 de este instrumento internacional que en lo que interesa dice lo siguiente:

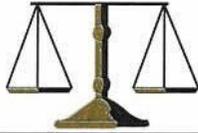
“[...] [Marcas: condiciones de registro, independencia de la protección de la misma marca en diferentes países]

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. [...].”

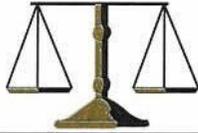
A la luz de la normativa antes transcrita, se encuentra inmerso el principio de territorialidad en virtud de que para que un signo obtenga protección registral, este debe superar la etapa de calificación conforme la normativa legal y reglamentaria establecida en el país que se desea registrar, sea, la consagrada en Costa Rica, por lo que previo a su registración deberá superar la admisibilidad contemplada en los numerales 7 y 8 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos. En este sentido, los documentos aportados por el apoderado de la empresa **QUIALY GRAINS S.A DE C.V**, respecto de la marca **RIKO, RIKO CAFÉ y RIKO MOUNTAIN**, inscrita en otros países, a efectos de legitimar la inscripción en nuestro país no son de recibo.



Respecto del uso del signo propuesto “RIKO MOUNTAIN CAFÉ” señalado por el recurrente, en el resto de Centroamérica. En este sentido, debemos advertir que si bien el artículo 4 de la Ley de Marcas no dispone directamente el hecho de que el uso haya de serlo en Costa Rica, este imperativo se deriva de la aplicación de los principios que rigen al derecho de marcas, como lo es el de territorialidad, y de la integración de las normas que rigen al sistema marcario, puesto que el artículo 39 de la Ley de Marcas en su párrafo primero indica claramente que el uso que ha de darse para el mantenimiento del derecho otorgado debe serlo en nuestro país, lo cual clarifica la interpretación acerca de la territorialidad del uso que se alega para obtener el registro de una marca.

La ley, exige la comercialización del producto en nuestro país. Esto descarta el uso de la marca realizado en el extranjero. Como así también la publicidad realizada fuera del país, aun cuando ello permita conocer la marca aquí. Es el caso de publicidad en revistas editadas en el extranjero que luego son vendidas aquí, o el de la publicidad que se efectúa en programas televisados en el exterior. Si el producto no está en el mercado, no hay uso marcario. **Otamendi, Jorge, Derecho de Marcas, Abeledo-Perrot, Buenos Aires, 4ta edición, 2002, pág. 210.** Por lo que de la prueba presentada al expediente, no se puede derivar el hecho de que la marca “RIKO MOUNTAIN CAFÉ” solicitada por la empresa **QUIALY GRAINS S.A DE C.V**, haya sido usada en el comercio costarricense y en consecuencia no son atendibles sus aseveraciones en este sentido.

Por las razones antes indicadas, este Tribunal concluye que efectivamente tal y como ha sido sostenido por el Registro de la Propiedad Industrial, existe similitud gráfica, fonética e ideológica, entre los signos cotejados, por ende, riesgo de confusión y asociación empresarial con respecto a los signos marcarios inscritos propiedad de **DISTRIBUIDORA CAFÉ MONTAÑA S.A**, razón por la cual lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación planteado por el Licenciado **MARCK VAN DER LAAT ROBLES**, apoderado especial de la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Industrial, a las trece horas, cincuenta y tres minutos con cincuenta y tres



segundos del dieciséis de julio de dos mil catorce, la que en este acto se confirma en todos sus extremos.

SEXTO. 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, Ley No. 8039 y 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **MARCK VAN DER LAAT ROBLES**, apoderado especial de la empresa **QUALITY GRAINS S.A DE C.V**, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Industrial, a las trece horas, cincuenta y tres minutos con cincuenta y tres segundos del dieciséis de julio de dos mil catorce, la que en este acto se confirma para que se proceda con el rechazo de la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio **“RIKO MOUNTAIN CAFÉ”** en **clase 30** internacional. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, se da por agotada la vía administrativa, 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

Katty Mora Cordero

Guadalupe Ortiz Mora