

## **RESOLUCIÓN DEFINITIVA**

**Expediente N° 2011-0241-TRA-PI**

**Solicitud de inscripción de la marca de servicios: “LA FEMME”**

**Registro de Propiedad Industrial (Expediente de origen N° 9651-2010)**

**LA FEMME SALON SPA, S.A., Apelante**

**Marcas y otros signos distintivos**

### ***VOTO N° 1002-2011***

**TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, a las quince horas con cuarenta minutos del veinticuatro de noviembre de dos mil once.**

**Recurso de Apelación** interpuesto por el Licenciado **Arnaldo Bonilla Quesada**, mayor, casado, Abogado, vecino San José, titular de la cédula de identidad número 1-0758-0660, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **LA FEMME SALON SPA, S.A.**, de esta plaza, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Industrial a las ocho horas con cincuenta y cinco minutos y dos segundos del nueve de febrero de dos mil once.

### **RESULTANDO**

**PRIMERO.** Que mediante memorial presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el veintiuno de octubre de dos mil diez, el Licenciado **Arnaldo Bonilla Quesada**, en su condición antes indicada, presentó solicitud de registro de la marca de fábrica “**LA FEMME**”, para proteger y distinguir: “*servicios médicos, servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura*”, en clase 44 del nomenclátor internacional.

**SEGUNDO.** Que mediante resolución dictada a las 10:34:35 horas del 26 de octubre de 2010,

el Registro de la Propiedad Industrial le objetó a la referida solicitud, que existe inscrito el nombre comercial **“LA FEMME CHIC”**, bajo el registro número **18158**, propiedad del señor **ABELARDO BONILLA VALERÍN**, para proteger y distinguir: *“un establecimiento comercial dedicado a salón de belleza”*.

**TERCERO.** Que mediante resolución dictada a las ocho horas con cincuenta y cinco minutos y dos segundos del nueve de febrero de dos mil once, el Registro de la Propiedad Industrial dispuso, en lo conducente, lo siguiente: **“POR TANTO:** / *Con base en las razones expuestas (...) SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada (...)”*.

**CUARTO.** Que inconforme con lo resuelto, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 24 de febrero de 2011, el Licenciado **Arnaldo Bonilla Quesada**, en representación de la empresa **LA FEMME SALON SPA S.A.**, apeló la resolución referida, y por escrito presentado ante este Tribunal el 3 de junio de 2011, una vez otorgada la audiencia de reglamento, expresó agravios.

**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, la invalidez o la nulidad 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 Jueza Mora Cordero, y;**

### **CONSIDERANDO**

**PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.** Este Tribunal enlista con tal carácter el siguiente:



1.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentra inscrito el nombre comercial **“LA FEMME CHIC”**, propiedad del señor **ABELARDO BONILLA VALERÍN**, bajo el número de registro 18158, desde el 17 de setiembre de 1956, para proteger y distinguir: *“un salón de belleza”*. (ver folios 41 y 42).

**SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS.** Este Tribunal no encuentra Hechos con influencia para la resolución de este asunto, que pudieren tener el carácter de No Probados.

**TERCERO. SOBRE LA RESOLUCION APELADA Y LOS AGRAVIOS DEL APELANTE.** El Registro de la Propiedad Industrial rechaza la solicitud de inscripción de la marca de servicios **“LA FEMME”**, en la clase 44 internacional, conforme la prohibición dada por el artículo 8 inciso d) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, por cuanto considera que a nivel gráfico, fonético e ideológico, se da una coincidencia entre ésta y el nombre comercial inscrito **“LA FEMME CHIC”**, toda vez que la marca solicitada corresponde a una marca inadmisibles por derechos de terceros, por cuanto la marca y los servicios solicitados se encuentran contenidos dentro del nombre y el giro comercial, por lo que le causaría al consumidor medio un perjuicio y se estaría afectando el interés público, además que del estudio integral de los dos signos, se comprueba que hay identidad, lo cual podría provocar un riesgo de confusión en los consumidores, ya que los servicios prestados por el titular de la marca propuesta guardan una relación directa en cuanto al giro empresarial del nombre comercial inscrito. Considera el Registro que desde el punto de vista gráfico, los signos enfrentados tienen más similitudes que diferencias, por cuanto la marca solicitada está contenida en el nombre comercial inscrito, esto por cuanto los dos signos están compuestos del vocablo **“FEMME”**, indicando que la única diferencia que el signo registrado contiene la palabra **“CHIC”**, con lo cual se denota la ausencia del requisito indispensable de la aptitud distintiva que debe de ostentar una marca para ser registrable; no teniendo el signo propuesto elementos diferenciadores que la distingan en el mercado, asimismo según el principio de especialidad los servicios que se desean proteger están contenidos en el giro comercial



registrado, son de la misma naturaleza, están relacionados entre sí (cuidados de belleza y un salón de belleza donde las actividades se relacionan, por lo que la marca puede causar confusión y un perjuicio al público consumidor. Desde el punto de vista fonético señalo el Registro que la pronunciación de ambos signos resulta ser idéntica en cuanto al vocablo “FEMME”, situación que provoca que el impacto sonoro de los signos tenga una igualdad; en razón de lo anterior el consumidor medio podría percibir que está en presencia de un mismo origen empresarial, es decir, topamos con una confusión auditiva, por cuanto la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta. En cuanto al aspecto ideológico, ambos signos nos remiten a una misma idea, esto es así, por que el signo propuesto ofrece al público consumidor el mismo concepto ideológico que contiene el nombre comercial inscrito con el término “FEMME”, que en idioma español significa “MUJER” ([www.wordreference.com](http://www.wordreference.com)), por lo que le consumidor podría confundirse al asociar los servicios a un mismo origen empresarial, todas estas razones por la cuales no resulta posible su coexistencia registral.

Por su parte, la sociedad recurrente a través de su representante, destacó en la apelación presentada y expresión de agravios, que las marcas enfrentadas poseen elementos que le brindan distintividad, lo que hace que le consumidor normal pueda valorar la marca “LA FEMME” en su conjunto y distinguirla fácilmente en el mercado de las demás empresas que se dedican a actividades similares, debiendo considerarse que se encuentran inscritas las marcas FEM registro No. 186408, LA FEMME registro No. 167451, el nombre comercial LA FEMME CHIC registro No. 18158 y el signo FEMME inscrita bajo el registro 48780, y se encuentran siendo comercializadas, sin causar algún riesgo de confusión u engaño, esto por tratarse de marcas que protegen productos y actividades diferentes, por lo que igualmente no cabe el rechazo de la inscripción de la marca de fábrica “LA FEMME”; resultando que el nombre comercial inscrito “LA FEMME CHIC”, protege y distingue: *“un establecimiento comercial dedicado a salón de belleza”*, mientras que la aquí solicitada “LA FEMME” protegerá y distinguirá: *“servicios médicos, servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura”*, y



consecuentemente se denota que los signos distintivos, protegen productos y actividades diferentes por lo que de esta manera no hay posibilidad que el consumidor caiga en el error o engaño de suponer que todos los productos a que se refieren los éstos son originarios del mismo productor o empresario, y por lo tanto pueden coexistir, ya que es evidente que el consumidor normal, al tener ambos signos distintivos a sus vista, es imposible que confunda una con otra, además que la ley prevé y permite la coexistencia de signos distintivos cuando sean idénticos o similares, debiendo ser necesario que se trate de productos o servicios diferentes y que sea mínima la posibilidad de ser asociados entre sí, evitándose el riesgo de que genere alguna posibilidad de confusión en el público consumidor, y en este caso la marca LA FEMME contiene actividades diferentes a las que posee el nombre comercial LA FEMME CHIC, anotando además que su representada es titular del nombre comercial denominado LA FEMME SALON SPA, registro No. 174287, desde el 9 de mayo del 2008, antecedente que se estima debe ser considerado en la tramitación de la presente marca, ya que fortalece su posición en cuanto a la posibilidad de coexistencia de los signos en cuestión.

#### **CUARTO. EN CUANTO AL FONDO DEL ASUNTO.**

**A-) Sobre la ubicación teórica del problema.** De lo expuesto se colige con meridiana claridad, que como en el caso bajo examen los signos contrapuestos son prácticamente idénticos, por cuanto uno y otro se constituyen por vocablos con un claro contenido conceptual gráfico, resultando el signo propuesto como “**LA FEMME**”, y el signo inscrito como “**LA FEMME CHIC**”, siendo la única diferencia que el signo inscrito consta del vocablo “**CHIC**”, por lo que resulta inconducente proceder a un cotejo marcario, pues en tal caso los signos de marras presentan una igualdad absoluta en los campos gráfico, fonético e ideológico. Por consiguiente, el análisis de la eventual coexistencia de tales signos distintivos debe hacerse partiendo de los alcances en el caso concreto, del Principio de Especialidad Marcaria, recogido en el artículo 25 párrafo primero de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (Nº 7978 del 6 de enero de 2000, en adelante Ley de Marcas), y reflejado en el artículo 8 inciso d) ibídem, en este caso como motivo para el rechazo de la inscripción de un signo distintivo, y en

el numeral **24** incisos d) y e) del Reglamento de esa Ley (Decreto Ejecutivo N° 30233-J del 20 de febrero de 2002, en adelante el Reglamento), en este caso como elemento de juicio al momento de analizar la procedencia de una solicitud de inscripción de una marca.

Dicho lo anterior, pártase de que si la función principal de la marca es 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.*”, como bien lo establece el artículo 2 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, No. 7978, al indicar el concepto de marca; corolario de ello es que no sea posible que coexistan en el mercado, en cabeza de dos o más personas distintas, signos distintivos similares o idénticos para designar productos, servicios, empresas o establecimientos comerciales idénticos, de la misma naturaleza o finalidad o íntimamente relacionados en cuanto al giro comercial. En pocas palabras, la esencia del sistema marcario reside en evitar la coexistencia de signos distintivos confundibles pertenecientes a distintos titulares.

No obstante lo anterior, la protección acordada a signos distintivos (marcas, nombres comerciales y señales de propaganda) se encuentra delimitada, se atenúa, en virtud del ***Principio de Especialidad Marcaria***, según el cual tal protección no abarca la totalidad de los productos, servicios o establecimientos comerciales con sus respectivos giros, sino sólo aquéllos para los que la marca o nombre comercial fue solicitado. Es decir, de acuerdo con el ***Principio de Especialidad***, el derecho de exclusividad que otorga el registro de una marca o un nombre comercial recae por su orden, únicamente sobre los bienes o servicios y sobre el tipo de establecimiento para los que han sido registrados, de manera tal que la marca no protege cualquier producto o servicio, ni el nombre comercial cualquier establecimiento mercantil sino que su espectro de protección se halla limitado respectiva y únicamente a los productos o servicios; y el tipo de establecimiento para los cuales fue solicitado su registro.

Por ende, así enunciado el ***Principio de Especialidad***, éste supone que los derechos que



confiere la inscripción de una marca sólo se adquieren con relación a los productos o servicios para los que hubiere sido solicitada, y que funciona como una limitación a los derechos del propietario de la marca, los cuales quedan reducidos a un determinado sector de servicios o productos respecto del cual el titular tiene especial interés en obtener la protección emergente del registro de un signo marcario, sucediendo lo mismo con los nombres comerciales. De tal suerte, la consecuencia más palpable de la ***especialidad*** de la marca es que sobre un mismo signo pueden recaer dos o más derechos de marca autónomos, pertenecientes a distintos titulares, pero eso sí, siempre que cada una de esas marcas autónomas sea utilizada con relación a una clase o variedad diferente de productos o servicios, porque como consecuencia de esa diferencia, no habría posibilidad de confusión sobre el origen o la procedencia de los tales productos o servicios. En resumen, una marca no puede, indeterminadamente, proteger cualquiera y todas las mercaderías, sino aquellas para las cuales se le otorgó exclusividad, y correlativamente, una marca no podrá impedir el registro de otras idénticas que amparen productos o servicios inconfundibles, siempre y cuando no estemos frente a una marca notoria, en donde ese principio no es aplicable; siendo todo lo anterior también aplicable a la figura de los nombres comerciales.

Entonces, por la aplicación del ***Principio de Especialidad*** se puede solicitar el registro de un signo distintivo igual a una marca inscrita o a un nombre comercial inscrito, siempre que lo sea para clases distintas de productos o servicios o para el caso concreto que el giro o la actividad comercial de la empresa o establecimiento comercial a proteger y distinguir, respectivamente y viceversa, no guarde ni tenga relación con los productos o servicios de la marca inscrita o con el giro o la actividad comercial del nombre comercial inscrito. Empero, si con la eventual inscripción del signo propuesto puede surgir un **riesgo de confusión**, en tal caso la protección que se confiere a la marca o nombre comercial registrados traspasa los límites de la clase o del giro o la actividad comercial donde se registró, y su titular puede oponerse o impugnar el registro del signo que causa –o puede causar– confusión. Bajo esta tesitura, hay que señalar que el **riesgo de confusión** presenta distintos grados, que van desde la similitud o semejanza entre dos o más signos, hasta la identidad entre ellos (**como en este**



**caso)**, hipótesis esta última en la que resulta necesario verificar, no ya la cercanía sensorial y mental entre los signos, sino el alcance de la cobertura del registro del signo inscrito, esto es, la naturaleza de los productos o servicios que identifican la marca en conflicto en relación con el giro y actividad del nombre comercial inscrito, debiendo imperar la irreregistrabilidad en aquellos casos en que los signos propuestos se pretendan para los mismos productos o servicios o éstos estén relacionados con dicho giro o actividad, o bien, relacionados o asociables a aquéllos, tal como se prevé en el artículo 25 de la Ley de Marcas, y en el 24 inciso f) de su Reglamento.

**B-) Sobre la irreregistrabilidad de la marca solicitada.** Este Tribunal comparte lo resuelto por el Registro de la Propiedad Industrial al rechazar la inscripción de la solicitud de la marca de servicios “**LA FEMME**” fundamentado en una duplicidad de identidad, así como por tratarse de servicios relacionados con el giro o la actividad mercantil del nombre comercial inscrito “**LA FEMME CHIC**”, propiedad del señor **Abelardo Bonilla Valerín**, dando como fundamento legal la prohibición establecida por el inciso d) del artículo 8 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que establece:

*“Artículo 8.- Marcas inadmisibles por derechos de terceros. Ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, en los siguientes casos, entre otros:*

*[...]*

*d) Si el uso del signo es susceptible de causar confusión por ser idéntico o similar a un nombre comercial o emblema usado en el país por un tercero desde una fecha anterior.”*

En efecto, confrontados, en forma global y conjunta, la marca pretendida y el nombre comercial inscrito con anterioridad, se advierte una semejanza gráfica, fonética e ideológica en grado de identidad, lo que por sí es un motivo para impedir su inscripción. En relación al diseño o parte gráfica que conforman tanto la marca solicitada como el nombre comercial



inscrito son prácticamente idénticos, lo cual lo constituye otra causa de irregistrabilidad del signo solicitado.

Aunado a lo anterior, ha de tenerse presente que, los servicios que pretende proteger y distinguir la marca solicitada están relacionados con el giro y las actividades comerciales que desarrolla el nombre comercial inscrito. Adviértase, que **el nombre comercial inscrito** protege desde el 17 de setiembre de 1956 **un establecimiento comercial dedicado a prestar un servicios de salón de belleza**, y **la marca de servicios** solicitada pretende proteger y distinguir *servicios médicos, servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura*. El hecho de que ambos listados por su orden actividades comerciales y servicios estén relacionados entre sí, pertenezcan al mismo sector comercial o ramo, abonado a que ambos signos son prácticamente idénticos, con la única diferencia antes señalada de la palabra “CHIC” de más en el signo inscrito, configura un riesgo de confusión entre el público consumidor quienes quedarían en incapacidad de distinguir el origen empresarial de los mismos de coexistir ambos signos distintivos.

En este sentido cabe recordar que es precisamente la primera impresión en el consumidor la que interesa a efectos de deslindar si existe posibilidad de confusión, y es allí, donde las frases “LA FEMME” y “LA FEMME CHIC (Diseño)”, juegan un papel de gran relevancia pues permiten concluir que tal posibilidad de confusión es real y por ende un impedimento para la concesión de la marca solicitada.

De lo expuesto hasta aquí, se concluye que el titular de una marca o un nombre comercial puede, respectivamente y viceversa, pretender el amparo del Derecho, así como el Registro hacerlo, cuando un tercero utiliza o solicita su propio signo (marca o nombre comercial), sin su autorización, para distinguir productos o servicios de la misma especie o relacionados éstos con el giro o la actividad comercial sobre la cual se obtuvo la inscripción de un nombre comercial o se goce de un uso con anterioridad, por cuanto ello puede dar lugar a que el

público consumidor crea que tales productos o servicios y la empresa u establecimiento comercial tienen un origen común, es decir, un mismo fabricante o comerciante.

El Registro de la Propiedad Industrial declaró sin lugar la solicitud de inscripción de la marca “**LA FEMME**” presentada por cuenta de la empresa **LA FEMME SALON SPA, S.A.**, por haber considerado que podría causarse un riesgo de confusión en el público consumidor, por encontrarse ya registrado el nombre comercial “**LA FEMME CHIC**”, cuyo titular es el señor **Abelardo Bonilla Valerín**, por la identidad entre ambos, y porque protegería y distinguiría servicios íntimamente relacionados con un giro o actividad comercial que desarrolla el nombre comercial inscrito, compitiéndole ahora a este Órgano de alzada determinar su eventual coexistencia, conforme a lo dispuesto en los artículos 8 inciso d) y 14 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos (N° 7978, del 6 de enero de 2000, en adelante Ley de Marcas), y 20 y 24 del Reglamento de esa Ley (Decreto Ejecutivo N° 30233-J, del 20 de febrero de 2002, en adelante el Reglamento).

Entonces, para solucionar el diferendo presentado en esta oportunidad, deben ser tenidos a la vista los servicios que se protegerían y distinguirían con la marca solicitada y el giro comercial del establecimiento que protege y distingue el nombre comercial inscrito, tomando como punto de partida, desde luego, la **Clasificación de Niza**, que se basa en el tratado denominado “Arreglo de Niza Relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el registro de las Marcas” (del 15 de junio de 1957), y ello con fundamento en el artículo 89 párrafo primero de la Ley de Marcas y 17 de su Reglamento.

Así las cosas, si tal como se mencionó en el único hecho probado, el nombre comercial “**LA FEMME CHIC**” fue inscrito para identificar un establecimiento comercial dedicado a prestar un servicios de *salón de belleza*, y tal como se infiere del escrito inicial de las diligencias bajo examen, ese mismo signo distintivo, con la salvedad hecha, fue solicitado como marca de servicios por una empresa distinta de la titular del nombre comercial inscrito, para identificar servicios íntimamente relacionados con el giro y actividad comercial que protege y distingue

el nombre comercial inscrito, por lo que **resultaría imprudente autorizar la coexistencia registral de los signos contrapuestos**, según puede observarse de seguido del elenco del giro comercial que es protegido por el nombre comercial inscrito y del elenco de servicios que protegería y distinguiría la marca solicitada:

MARCA SOLICITADA	NOMBRE COMERCIAL INSCRITO
En clase 35 internacional: <i>“servicios médicos, servicios veterinarios; cuidados de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura”</i>	<b><u>Un establecimiento comercial dedicado a prestar servicios de salón de belleza.</u></b>

Lo anterior se debe a que tanto esos servicios como el giro comercial del establecimiento del nombre comercial inscrito, se relacionan entre sí (v. artículo 8 inciso d) de la Ley de Marcas, y 24 inciso e) de su Reglamento); y tendrían un mismo tipo de consumidor o destinatario (v. artículo 24, inciso f. del Reglamento de la Ley de Marcas), todo lo cual permite prever la posibilidad de que surja un riesgo de confusión (v. artículos 25 párrafo primero e inciso e. de la Ley de Marcas, y 24 inciso f. de su Reglamento) entre los servicios de la marca solicitada y el giro comercial del establecimiento del nombre comercial inscrito, pertenecientes a las empresas involucradas en este asunto, en el público consumidor, en el sentido de que éste creerá que los servicios que protege y distingue la marca solicitada son del mismo titular que el del nombre comercial inscrito **“LA FEMME CHIC”**.

Entonces, la concurrencia de todos los factores recién destacados puede traer como colofón que ocurra, en perjuicio de la empresa titular del nombre comercial registrado: *“(…) un daño económico o comercial injusto, por una disminución de la fuerza distintiva, del valor comercial de la marca, o por el aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o la*

*clientela creada por su uso (...)*”, según el tenor del inciso f) del numeral 25 del Reglamento de la Ley de Marcas, aplicable en este caso para e los nombres comerciales, pudiendo surgir así una conexión competitiva entre el establecimiento comercial de la empresa titular y los servicios de la marca solicitada, que no puede ser permitida por este Órgano de Alzada; razones todas las anteriormente expuestas, por las que resultan totalmente improcedentes los argumentos planteados por la aquí recurrente en su escrito de expresión de agravios.

Al concluirse que con la marca que se pretende registrar se podrían afectar los derechos de la empresa titular del nombre comercial inscrito, además de existir la posibilidad de que surja un riesgo de confusión entre los signos distintivos contrapuestos sobre el origen empresarial, quebrantando con ello lo estipulado en el artículo **8 inciso d)** de la Ley de Marcas de repetida cita, es criterio de este Tribunal, que lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Arnaldo Bonilla Quesada** como Apoderado Especial de la empresa **La Femme Salón Spa, S.A.**, presentado en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las ocho horas con cincuenta y cinco minutos y dos segundos del nueve de febrero de dos mil once, la cual, en este acto se confirma.

**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, del 12 de octubre de 2000 y 29 del Reglamento Operativo de este Tribunal, Decreto Ejecutivo No. 35456-J de 30 de marzo del 2009, publicado en La Gaceta No. 169 de 31 de agosto del 2009, 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 **Arnaldo Bonilla Quesada** como Apoderado Especial de la empresa **La Femme Salón Spa, S.A.**, presentado en contra de la resolución dictada por



el Registro de la Propiedad Industrial a las ocho horas con cincuenta y cinco minutos y dos segundos del nueve de febrero de dos mil once, la cual se confirma. 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 Suarez Baltodano*

*Ilse Mary Díaz Díaz*

*Kattia Mora Cordero*

*Guadalupe Ortiz Mora*



**DESCRIPTORES:**

**MARCAS Y SIGNOS DISTINTIVOS**

**TE: CATEGORÍAS DE SIGNOS PROTEGIDOS**

**TG: PROPIEDAD INDUSTRIAL**

**TR: PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**

**TNR: 00.41.55**

**DERECHO EXCLUSIVO DEL NOMBRE COMERCIAL**

**UP: DERECHO DE EXCLUSIÓN DE TERCEROS**

**TG: DERECHOS DERIVADOS DE LA INSCRIPCIÓN DE UN NOMBRE  
COMERCIAL**

**TNR: 00.42.40**