

RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente No. 2013-0108-TRA-PI

Solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio “DISEÑO ESPECIAL”

SOCIETE DES PRODUITS NESTLE, S.A., Apelante

Registro de Propiedad Industrial (Expediente de origen No. 9333-2012)

Marcas y otros signos distintivos

VOTO No. 1008-2013

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, San José, Costa Rica, a las diez horas con cincuenta y cinco minutos del veinticuatro de setiembre del dos mil trece.

Conoce este Tribunal del Recurso de apelación interpuesto el Licenciado **Marvin Céspedes Méndez**, mayor, casado, Abogado, con domicilio en Radial Belén Santa Ana, Forum 2, Edificio A, Piso 4, Santa Ana, titular de la cédula de identidad número 1-0531-0965, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **Société des Produits Nestlé, S.A.**, sociedad organizada y existente conforme a las leyes de Suiza, domiciliada en Vevey 1800, Cantón de Vaud, Suiza, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las quince horas con cincuenta y un segundos del diecinueve de diciembre del dos mil doce.

RESULTANDO

PRIMERO. Mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el día veinte de marzo de dos mil doce, el Licenciado **Marvin Céspedes Méndez**, de calidades antes indicadas y en su condición citada, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio “



”, en clase 30 de la nomenclatura internacional para proteger y distinguir: *“cereales para el desayuno, hojuelas de maíz, barras de cereal, cereales listos para comer; preparaciones de cereales; arroz, pastas alimenticias, tallarines; productos alimenticios hechos a partir de arroz, de harina o de cereales, también bajo la forma de platos cocinados”*.

SEGUNDO. Por resolución dictada a las quince horas con cincuenta y un segundos del diecinueve de diciembre de dos mil doce, 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. (...).”***

TERCERO. Inconforme con lo resuelto, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 15 de enero de 2013, el Licenciado **Marvin Céspedes Méndez**, en representación de la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLE, S.A.**, apeló la resolución referida, y una vez otorgada la audiencia de reglamento por este Tribunal, expresó agravios.

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, 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 Juez Ortiz Mora, y;


CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como

hechos con tal carácter, relevantes para lo que debe ser resuelto; que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentran inscritas las siguientes marcas pertenecientes a la empresa **Société des Produits Nestlé, S.A.,:**



1.- “ ”, como marca de fábrica, bajo el registro número 205552, en **Clase 30** del nomenclátor internacional, vigente desde el 26 de noviembre de 2010 hasta el 26 de noviembre de 2020, para proteger y distinguir: “*café, extractos de café, preparaciones y bebidas hechas a base de café, café helado, sustitutos del café, extractos sustitutos del café, preparaciones y bebidas hechas a base de sustitutos del café, chicoria, té, extractos de té, preparaciones y bebidas hechas a partir de té, té helado, preparaciones hechas a base de malta, cacao y preparaciones y bebidas hechas a partir de cacao, chocolate, productos de chocolatería, preparaciones y bebidas hechas a base chocolate, confitería, golosinas, caramelos, azúcar, goma de mascar, edulcorantes naturales, productos de panadería, pan, levadura, productos de pastelería, bizcochos, tartas, galletas, barquillos, postres, budines, helados comestibles, helados comestibles a partir de agua, sorbetes, confitería helada, tartas heladas, cremas heladas, postres helados, yogurts helados, productos para la preparación de helados comestibles y/o helados comestibles a partir de agua y/o sorbetes y/o confitería helada y/o tartas heladas y/o cremas heladas y/o postres helados y/o yogurts helados, miel y sustituto de la miel, cereales para el desayuno, hojuelas de maíz, barras de cereales, cereales listos para comer, preparaciones de cereales, arroz, pastas alimenticias, tallarines, productos alimenticios a partir de arroz, de harina o de cereales, también bajo la forma de platos cocinados, pizzas, sándwich, mezclas de pastas alimenticias y polvo para pasteles, salsas de soya, ketchup, productos para aromatizar o sazonar los alimentos, especias comestibles, condimentos, salsas para ensaladas, mayonesas, mostazas, vinagre*” (Ver folios 49, 49 y 50).



2.- “ ”, como marca de fábrica y comercio, bajo el registro número 218406, en **Clase 30** del nomenclátor internacional, vigente desde el 07 de mayo de 2012 hasta el 07 de mayo de 2012, para proteger y distinguir los mismos productos anteriormente citados. (Ver folios 51 y 52).

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no advierte hechos útiles para la resolución de este asunto, que tengan el carácter de no probados.

SEGUNDO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. El Registro de la Propiedad Industrial citó como fundamento legal para rechazar la solicitud de inscripción del signo solicitado, el literal g) del artículo 7º de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, N° 7978, en adelante Ley de Marcas, considerando que:

“[...] Ciertamente “la caja” contenida en el elemento figurativo del signo solicitado no es al forma común del cereal o exclusiva, sino por el contrario puede aplicar para otro tipo de productos, como bien alega y aporta el solicitante fotografías al respecto que evidencian que no es la forma común, sin embargo, debemos considerar importante que siendo que la presentación del signo solicitado contempla dicho elemento figurativo, es precisamente como así lo percibirá el consumidor regular, y es precisamente ahí donde deviene la falta de aptitud distintiva, para los productos que pretende proteger y distinguir en Clase 30 internacional.

En este sentido el Artículo 18 del Reglamento a la Ley de Marcas y otros signos distintivos, refiere a las formas de presentación de un registro, así:

“Por el solo hecho de la presentación de la solicitud de registro de marca o signo distintivo, se entenderá que el solicitante pretende la inscripción y protección del mismo, tal y como aparece en la solicitado, en su caso, en las

reproducciones que deben acompañarse a la misma.” (subrayado no es del original)

Ello a pesar de que el solicitante es titular de los Registros 205552 [...] y 218406 [...], ya que dichos registros están contenidos en el signo solicitado, entonces si el mismo solicitante ha manifestado que “el registro de la marca no otorgará al solicitante la apropiación de la caja rectangular, la cual sabemos no es apropiable de conformidad con el artículo 28 de la Ley... lo que otorgará es el derecho de la combinación de las características distintivas del banner verde y la espiga en un círculo, ubicados en la parte superior de la caja, signos registrados en Costa Rica 205552 y 218406” ¿porqué contemplar el elemento figurativo como parte del signo solicitado, si al final los signos registrados de su propiedad pueden ser expuestos ante el consumidor de esa y otras formas en los productos o sus empaques sin tener que referirse a la forma de la caja en particular?. Podríamos entonces hasta concluir que el signo solicitado que no solo es carente de aptitud distintiva sino además redundante para los fines que ya protegen sus signos registrados, claramente contenidos en el signo solicitado.

[...]

Es por todo lo anterior que el signo solicitado resulta inadmisile por razones intrínsecas al amparo del artículo 7 inciso g) de la Ley de Marcas y otros signos distintivos. [...]”

Por su parte, el apelante solicita en sus escritos de apelación y de expresión de agravios que se analice en un todo el signo propuesto, sea una figura en forma rectangular que en la parte superior tiene una línea de color verde claro y en la esquina superior derecha, el diseño de un check color blanco y una espiga de color amarillo dentro de un círculo color verde oscuro con borde amarillo, ya que todos esos elementos le dan distintividad. Indica que no se trata de una caja común, se trata de un signo que debe ser analizado conjuntamente en todos sus elementos, sin desmembrarlos como lo hace el Registro.

Agrega que no se está tratando de monopolizar la forma usual de una caja rectangular, sino más bien la combinación de la característica muy distintiva de la bandera verde ubicada en la parte superior de la caja y que es ampliamente utilizado en todo el mundo en sus productos de cereales. Manifiesta que las formas usuales no son objeto de inscripción pero si se les adiciona la distintividad de que carecen por sí mismos, pueden ser registradas.

Indica enfáticamente la falta de fundamentación y motivación del acto de rechazo. Afirma que la marca propuesta tiene la distintividad intrínseca requerida como la principal función. Alega que la caja no es la forma usual de los cereales. Concluye que se está solicitando una conjunción de elementos distintivamente dispuestos, donde algunos de ellos son propiedad de su representada según quedó demostrado en autos.

Señala que el signo solicitado no consiste únicamente en lo que él denomina la forma usual, común y corriente del empaque de los cereales, sea la forma rectangular de una caja. Agrega que la marca consiste en los siguientes elementos 1. Una espiga que es una marca notoria mundial de los productos de su representada, 2. Una bandera que también es ícono mundial de los productos de su representada, 3. Un círculo que envuelve los dos elementos anteriores, 4. Una franja verde que cubre la parte superior de una caja, y, 5. Una caja. Por lo anterior solicita se revoque la resolución impugnada.

TERCERO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. La marca figurativa que se pretende inscribir por la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, es descrita por el apelante, como: *“una figura en forma rectangular. En la parte superior de esa figura se observa una línea de color verde. Sobre ésta y en la esquina superior derecha, se visualiza el diseño de un “check” color blanco y una espiga de color amarillo dentro de un círculo de color verde con borde amarillo.”*

Analizada esta solicitud se hace necesario indicar, que el peticionario tiene inscritas en Costa Rica, la marca de fábrica bajo el número 205552 de 26 de noviembre de 2010 y que

corresponde a un diseño de un círculo con un “check” color blanco y una espiga de color amarillo dentro de un círculo verde con borde amarillo. Asimismo bajo el número de registro 218406, de fecha 7 de mayo de 2012, se inscribió una línea de color verde. Sobre ésta y en la esquina superior derecha, se visualiza el diseño de un “check” color blanco y una espiga de color amarillo dentro de un círculo de color verde con borde amarillo. Estas dos marcas son las que se posicionan en la figura rectangular que se presenta como marca figurativa y que pretende inscribir la empresa apelante.

Para poder determinar si el signo solicitado es posible inscribirlo, la calificación en este caso, porque no consta en el expediente algún derecho de tercero, debe ir dirigida a determinar las formalidades intrínsecas del signo. Una vez hecho ese estudio buscar dentro de la normativa marcaría algún precepto legal, si existiere, que autorice la registración solicitada. Bajo ese entendimiento, el artículo 7 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, es la norma a efecto de determinar si la figura propuesta corresponde a un signo inadmisibles por razones intrínsecas.

Según el artículo primero de la Ley Sobre Inscripción de Documentos en el Registro Público, el propósito del Registro Nacional es garantizar la seguridad de los bienes o derechos inscritos con respecto a terceros y en lo referente al trámite de documentos **su objetivo es inscribirlos.**

Asimismo, la Ley de Marcas en su artículo 18 insta al operador jurídico a buscar solución a la solicitud, cuando no se justifique una negación total del registro pedido, numeral que es congruente con lo estipulado por el artículo 1º de esta Ley, que no solo tiene por objeto la protección efectiva de los derechos e intereses legítimos de los titulares de marcas y otros signos distintivos, sino que:

“[...] desarrolla los procedimientos requeridos para garantizar la aplicación efectiva de los compromisos establecidos en los tratados internacionales vigentes, cuando sea

necesario, ante la ausencia de procedimiento expreso en ellos, en todo lo que no se oponga y sea compatible con dichos tratados.”

Esa apertura que contiene desde el marco legal la Ley de Marcas y que insta al operador jurídico a buscar realmente soluciones a los pedidos o conflictos que se presenten con los signos distintivos, obliga al análisis del artículo 28 de ese mismo cuerpo normativo, el cual brinda un medio o solución en este proceso. Este numeral dice lo siguiente:

“Artículo 28. Elemento no protegido en marcas complejas. Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, la protección no se extenderá a los elementos contenidos en ella que sean de uso común o necesario en el comercio.”

Si se observa, la marca pedida consiste en un signo compuesto por un conjunto de elementos. Éstos últimos son: la figura rectangular, la bandera verde, el círculo con el “check” y la espiga, que como se indicó, la bandera y el círculo son marcas protegidas a nombre del apelante. Esto significa que sobre esos dos elementos no existe problema alguno para admitir su registración.

El elemento que nos queda es la figura rectangular que se asemeja a una caja, el que de conformidad con el artículo 28, la protección no se extendería a esta figura, que como se indicó es de uso común, cualquier empresario lo puede usar para expender los diferentes productos que puedan ser contenidos en ella.

Bajo esta inteligencia pareciera que no sería necesario autorizar el signo propuesto, porque en realidad si no se protege la caja y solo se protege lo que ya está inscrito, ¿cuál es el valor agregado a esta posible registración?

Este es un punto sumamente importante, porque en la actualidad si bien se han registrado las marcas tradicionales de comercio, sea de productos o de servicios, existen otras, que aunque no

estén específicamente reguladas en la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, sí han sido tratadas doctrinariamente y concretamente en Costa Rica, el artículo 3 de ese cuerpo normativo, bajo un concepto de *números apertus*, ha permitido la inscripción de marcas no tradicionales como son las sonoras. En el Registro de la Propiedad Industrial se encuentran inscritas varias marcas de este tipo, que vienen a ser distintivas del producto que protegen.

El Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas, de la Organización Mundial de Propiedad Intelectual (OMPI), décimo sexta sesión, Ginebra, del 13 al 17 de noviembre de 2006, estableció nuevos tipos de marcas y entre ellas según el documento preparado por la Secretaría de esa organización, incluyó las marcas de posición. Según ese documento éstas corresponden:

“[...] vii) Marcas de posición.

Estas marcas se definen por la posición en que aparecen en un determinado producto o se fijan a él [...] Las Oficinas que respondieron al cuestionario no aportaron información específica sobre estas marcas. Al parecer, la evaluación de su carácter distintivo, ya sea inherente o adquirido por el uso, habría de hacerse individualmente en cada caso. La representación gráfica podría incluir una imagen o dibujo que muestre la posición especial de la marca con respecto al producto, así como una descripción verbal. [...]”

Esa organización internacional en sesiones de años siguientes siguió conociendo este tipo de marcas, que como las mayoría de las no tradicionales, se hace necesario ir introduciendo, a efecto de brindar al usuario diferentes formas de cómo presentar los productos o servicios que se tratan de proteger con los signos distintivos, de acuerdo incluso a los diferentes conceptos y tendencias de mercadeo que han ido surgiendo en el tráfico de bienes intangibles.

En ese sentido, dicha organización ha seguido emitiendo pronunciamientos sobre ese tipo de marca no tradicional y en la décimo séptima sesión de Ginebra, celebrada del 7 al 11 de mayo de 2007 emitió dos criterios, que en lo que interesan dicen:

“[...] Marcas de posición.

Una marca de posición se caracteriza por un elemento idéntico que siempre aparece en el producto en la misma posición y con proporciones constantes. La combinación del signo y de la posición puede constituir “carácter distintivo” debido a la impresión general que produce, mientras que por sí sola la posición no sería admisible como marca protegida. Si el signo no tiene carácter distintivo, se puede valorar la influencia de su posición idéntica y constante. El hecho de que el signo se coloque en un lugar habitual puede contribuir a su carácter distintivo. No ocurriría lo mismo si el signo se colocara cada vez en un lugar inesperado o inhabitual [...].”

“[...] vii) Marcas de posición.

56. Las marcas de posición se tratan por lo general como marcas figurativas y la mayor parte de las Oficinas únicamente exigen una reproducción con una sola imagen de la marca. Ahora bien, la reproducción de la marca deberá permitir a la Oficina definir claramente el objeto de protección y, a este fin, el solicitante deberá utilizar líneas punteadas para indicar la parte del objeto que no desea proteger. 57. Por lo general se exigirá una descripción en la que se especifique la localización del signo en relación con el producto (por ejemplo, en una etiqueta, bolsillo, botón, cinta, etc.) 58. La marca se considerará representada gráficamente si la descripción no presenta ninguna ambigüedad. 59. También podrá exigirse una indicación del tipo de marca. [...].”

En la décimo novena sesión también celebrada en Ginebra por dicha organización, en fecha del 21 al 25 de julio de 2008, se refirió nuevamente a estas marcas de posición en los siguientes términos:

“[...] v) Marcas de posición

37. La ubicación especial y distintiva de un signo en relación con un producto puede constituir una marca en determinados sistemas. Las marcas de posición se tratan por lo general como marcas figurativas y únicamente se exige una representación con una sola imagen del signo. 38. No obstante, la representación del signo deberá permitir a la Oficina definir claramente el objeto para el que se reivindica la protección. Con tal fin, el solicitante podrá utilizar líneas punteadas o discontinuas para indicar la parte del objeto respecto de la que no se reivindica la protección. 39. La mayoría de las Oficinas exigen que se indique el tipo de marca y en función de la representación presentada, se podrá exigir al solicitante que presente una descripción escrita en la que se especifique la ubicación del signo en relación con el producto (por ejemplo, en una etiqueta, bolsillo, botón, cinta, etc.) [...]”

El 5 de mayo de 2009, la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, en el Comité Permanente sobre Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas, celebrada en Ginebra, volvió a retomar el tema de las marcas de posición e indicó:

“[...] Ámbito de convergencia N° 5. Marcas de posición.

Con respecto a la solicitud de registro de una marca de posición, la representación de este tipo de marca podrá consistir en una única vista de la marca. Podrá exigirse que se represente con líneas discontinuas o punteadas la materia respecto de la que no se reivindica la protección. Asimismo, si la representación gráfica proporcionada no es suficiente, podrá exigirse una descripción escrita en la que se especifique la ubicación de la marca en relación con el producto. Nota. 5.01. En ciertos sistemas nacionales, las marcas de posición se tratan como un subconjunto de otros tipos de marcas, por ejemplo, las marcas figurativas o tridimensionales. [...]”

La doctrina también las ha definido como:

“[...] j. la marca de posición. 45. Noción. Se entiende por posición la manera de estar colocada una persona o cosa, o la postura, la actitud o modo en que alguien o algo está puesto. Una marca de posición se caracteriza por un elemento idéntico que siempre aparece en el producto en la misma posición y con proporciones constantes. La combinación del signo y de la posición puede constituir un carácter distintivo debido a la impresión general que produce, mientras que por sí sola la posición no sería admisible como marca protegida.

Si el signo se coloca cada vez en un lugar inesperado o poco habitual no tendrá la condición de distintivo. 46. La marca de posición en el Tratado de Singapur. Según el Reglamento del Tratado de Singapur: [...] cuando la solicitud contenga una declaración en el sentido de que la marca es una marca de posición, la reproducción de la marca consistirá en una única vista de la marca que muestre su posición respecto del producto. La Oficina podrá exigir que se indique la materia respecto de la que no se reivindique la protección. La Oficina podrá también exigir una descripción en la que se especifique la posición de la marca en relación con el producto. [...]” (Juan David Castro García. Las Marcas no Tradicionales. Internet. Dialnet 4112068)

Bajo ese cuadro teórico jurídico, la marca figurativa propuesta por el apelante encaja en este tipo de marcas de posición, donde la representación gráfica figura rectangular, que como se indicó no es objeto de protección por ser un elemento común en el comercio, incluye un dibujo en una posición especial, indicada en forma concreta por el apelante al describir el distintivo solicitado y que se cita al inicio de esta resolución, que va a distinguir el producto que protege dentro del comercio.

La figura que presenta el apelante para su inscripción, consiste en una única vista de la marca que muestra la posición de la bandera verde con el círculo, el check y la espiga en un lugar determinado, sea en la parte superior de la figura geométrica rectangular que presenta y así lo indica expresamente cuando describe la figura pedida, lo cual establece que la posición de esos

elementos siempre va a ser en el mismo lugar, siendo este hecho congruente con lo indicado por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual, en el segundo criterio establecido en la sesión celebrada del 7 al 11 de mayo de 2007, y que lo reitera en los siguientes pronunciamientos, que dice:

“[...] Por lo general se exigirá una descripción en la que se especifique la localización del signo en relación con el producto (por ejemplo, en una etiqueta, bolsillo, botón, cinta, etc.) 58. La marca se considerará representada gráficamente si la descripción no presenta ninguna ambigüedad. 59. También podrá exigirse una indicación del tipo de marca. [...]”

En el caso que se conoce el solicitante y apelante indica que se trata de una marca figurativa, describe concretamente la posición de los elementos que la conforman, no dejando ambigüedad alguna al respecto. Esta posición de los elementos de la bandera, el check y el círculo, sobre la parte superior de la caja o figura rectangular, es lo que le da la distintividad requerida que protege el citado artículo 7 inciso g).

Por lo anterior se concluye que el signo figurativo propuesto por la empresa **SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A.**, con fundamento en el artículo 28 de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, es posible que pueda ser inscrito por la Administración Registral, dejando claro que esa inscripción no se extenderá a la figura rectangular que se presenta en forma de caja.

Al concluirse que el signo que se pretende registrar, resulta con suficiente aptitud distintiva respecto de los productos a proteger y distinguir, según los argumentos expuestos a través de la presente resolución y que no se violenta el inciso g) del artículo 7 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, se declara con lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Marvin Céspedes Méndez**, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **SOCIETE DES PRODUITS NESTLE, S.A.**, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad

Industrial a las quince horas con cincuenta y un segundos del diecinueve de diciembre de dos mil doce, la cual en este acto se revoca, para que continúe con el procedimiento si otro vicio diferente al expuesto no lo impide.

CUARTO. 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, de 30 de marzo del 2009, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 169 de 31 de agosto del 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, citas normativas y doctrina que anteceden, se declara **CON LUGAR** el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Marvin Céspedes Méndez**, en su condición de Apoderado Especial de la empresa **SOCIETE DES PRODUITS NESTLE, S.A.**, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las quince horas con cincuenta y un segundos del diecinueve de diciembre de dos mil doce, la cual se **REVOCA**, para que se continúe con el procedimientos si otro vicio diferente al expuesto no lo impide. 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