



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente N° 2012-0243-TRA-PI

Oposición a la solicitud de inscripción de la marca de comercio: “Yüpii Champiñones (DISEÑO)” (31)

INVEDELCA, S.A., apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expedientes de origen N° 2011-1348)

Marcas y otros signos

VOTO N° 1301-2012

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica a las catorce horas con veinticinco minutos del veintisiete de noviembre de dos mil doce.

Conoce este Tribunal del recurso de apelación interpuesto por la Licenciada **Kristel Faith Neurohr**, mayor, casada, abogada, vecina de Santa Ana, Centro Empresarial Forum, Edificio C, Ofina 1 C1, titular de la cédula de identidad número uno-mil ciento cuarenta y tres-cuatrocientos cuarenta y siete, en su condición de apoderada especial de la compañía **INVEDELCA S.A.**, en contra la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, cinco minutos, once segundos del veinticinco de enero de dos mil doce.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el diecisiete de febrero de dos mil once, el señor Marco Vinicio Mata Morera, mayor, casado una vez, vecino de Heredia, San Lorenzo de San Joaquín de Flores, Urbanización San Lorenzo, Casa N° 160, titular de la cédula de identidad número uno-quinientos ochenta y siete, ciento treinta y ocho, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de la empresa **CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA**, cédula de persona jurídica número tres-ciento uno-trescientos un mil



novecientos treinta y seis, solicitó bajo el expediente administrativo número 2011-1348, la inscripción de “**Yüpii Champiñones (DISEÑO)**”, como marca de comercio en clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir “champiñones frescos” (Ver folio 10).

SEGUNDO. Que los edictos para oír oposiciones, fueron publicados en el Diario Oficial La Gaceta, los días veinticinco, veintiocho y veintinueve de noviembre de dos mil diez, en las Gacetas números sesenta, sesenta y uno y sesenta y dos, y dentro del plazo conferido, y mediante memorial presentado en el Registro de la Propiedad Industrial la Licenciada **Kristel Faith Neurohr**, en su condición de apoderada especial de la compañía **INVEDELCA S.A.**, presentó en fecha veinticinco de mayo de dos mil once, oposición contra la solicitud de inscripción de la marca de comercio “**Yüpii Champiñones (DISEÑO)**”, en **clase 31** de la Clasificación Internacional de Niza, tramitada bajo el expediente número 2011-1348, la cual fue presentada por el señor Marca Vinicio Mata Morera, en representación de la empresa **CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA**, fundamenta dicha oposición en el artículo 16 y 17 del expediente, por cuanto su representada solicitó en fecha seis de setiembre de dos mil diez, la inscripción de la marca de fábrica y de comercio “**Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano**”, en **clase 29 y 31** de la Clasificación Internacional de Niza, tramitada bajo el expediente número 2010-8007, la cual es notoria e inició su producción desde el año de 1981.

TERCERO. Que el Registro de la Propiedad Industrial mediante resolución final dictada a las diez horas, cinco minutos, once segundos del veinticinco de enero de dos mil doce, declara sin lugar la oposición y acoge la inscripción de la marca solicitada.

CUARTO. Que la Licenciada **Kristel Faith Neurohr**, en representación de la empresa **INVEDELCA S.A.** mediante escrito presentado en el Registro de la Propiedad Industrial, el ocho de febrero de dos mil doce, interpone recurso de revocatoria y recurso de apelación, y el Registro mediante resolución dictada a las trece horas, treinta minutos, cuarenta y seis segundos del dieciséis de febrero de dos mil doce, resolvió declarar sin lugar el recurso de revocatoria y



admite el recurso de apelación ante este Tribunal, y es por esa circunstancia que conoce este Tribunal.

SÉTIMO. Que a la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde y no se observan 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 el Juez Arguedas Pérez, y;

CONSIDERANDO

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Se aprueban los hechos primero, aparte I, II, y III, del Considerando Primero, que como probados se indican en la resolución apelada, los cuales encuentran por su orden fundamento a folios 75 al 76, 2, 125 al 145, y 47 al 48 del expediente. En lo que respecta al hecho probado, aparte III, se tiene por probado de conformidad con el numeral 307 inciso 2) de la Ley General de la Administración Pública.

TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal en lista como único hecho no probado el siguiente: Que la empresa opositora **INVEDELCA S.A.** no demostró el uso anterior ni tampoco la notoriedad de la marca de fábrica y de comercio **“Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)”**, en **clases 29 y 31** de la Clasificación Internacional de Niza.

CUARTO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial, rechazó la oposición presentada por la empresa **INVEDELCA**, y acoge la solicitud de inscripción de la marca de comercio **“Yüpii Champiñones (DISEÑO)”**, en clase 31 de la Clasificación Internacional de Niza, presentada por la empresa **CONFRUT**



SOCIEDAD ANÓNIMA, por considerar, que de la prueba aportada la sociedad oponente no demuestra con claridad la notoriedad de la marca, y por considerar, que a pesar que entre el signo de la sociedad oponente y el solicitado existe similitud gráfica y fonética, la solicitante cuenta con la marca “GUIPI” ya registrada en Costa Rica, bajo los registros números 201501 y 201502, por lo que la sociedad solicitante no atenta con los derechos de la sociedad oponente, siendo por lo que le asiste a la sociedad solicitante CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA el Derecho de Prelación, ya que sus marcas fueron presentadas el 4 de marzo de 2010, y la marca del oponente fue presentada el 6 de setiembre de 2010.

La representación de la sociedad apelante argumenta en su escrito de apelación que la marca GUIPI de su representada ha resultado ser objeto de aprecio para terceros de mala fe que pretenden beneficiarse del buen nombre y del esfuerzo de su representada. Que la solicitante de “YUPII CHAMPIÑONES (diseño) lo único que hizo fue “disfrazar” su distintivo para diferenciarlo levemente de la marca de su representada. No obstante, se cuidó lo suficiente para que en el conjunto marcario siguiera predominado la palabra “YUPII”, muy similar a GUIPI, en una tipografía casi idéntica, haciendo reserva de los mismos colores que emplea la marca de su representada, hecho que unido a los demás elementos que componen el conjunto acentúa la similitud entre ambos signos. Este dato confirma la mala fe y clara intención de apropiación de denominación ajena por parte de la solicitante, quien conociendo indudablemente la fama, calidad y renombre de la marca GUIPI CHAMPIÑONES en el mercado internacional y la difusión y presencia en el mercado nacional, pretende beneficiarse de dicha notoriedad en Costa Rica, máxime si se toma en cuenta que el señor Mata Morera está asociado a Grupo CONFRUT S.A., que es la empresa distribuidora de la marca Güipi Champiñones en Costa Rica. Que no es la primera vez que un distribuidor pretende sacar ventaja y obtener el registro de la marca de un tercero que comercializa dentro del territorio nacional, supuesto que en este caso se cumple, por cuanto el señor Mata Morera ya obtuvo la inscripción de la marca Güipi Champiñones bajo el registro número 201502, y de la que actualmente nos encontramos en negociaciones para obtener su cesión a favor de INVELGA S.A., o bien plantear la acción de nulidad por apropiación indebida de una marca perteneciente a un tercero.



Que el señor Mata Morera tenía conocimiento respecto a la empresa INVEDELCA y su marca Güipi, de la cual se apropió aún sabiendo que no era su creador y no le pertenecía.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. Analizado el presente asunto, considera este Tribunal que ha de confirmarse la resolución venida en alzada. Nuestra Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978, posibilita a terceros a oponerse a una solicitud de registro con base en una marca no registrada en dos situaciones específicas, que son el uso anterior realizado en Costa Rica y la notoriedad del signo propuesto en alguno de los países miembros del Convenio de la Unión de París, artículos 4 a), 8 incisos c) y e) y 17. Habiendo, sido alegadas ambas situaciones, uso anterior, y la notoriedad, en defensa de su mejor derecho a obtener el registro de la marca **“Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)”**.

La oposición basada en el uso anterior de la marca está regulada en la Ley de Marcas en sus artículos 4 a), 8 inciso c) y 17, en donde se crea un sistema para establecer la prelación entre dos solicitudes, a través del cual se dirime quien tiene el mejor derecho a obtener un registro marcario según se demuestre el uso en el comercio de buena fe desde la fecha más antigua. Tal sistema implica que el uso ha de demostrarse realizado en Costa Rica (en dicho sentido ver Votos de este Tribunal N° 787-2011 de las once horas veinticinco minutos del diez de setiembre de dos mil once y N° 1242-2011 de las once horas cinco minutos del veinte de diciembre de dos mil once), y de previo a la fecha de presentación de la solicitud a la cual se opone, imponiéndose el sometimiento a la calificación registral del signo que se señala usado previamente en el comercio por parte del oponente. En el presente asunto, si bien el uso que se plantea para obtener el mejor derecho de prelación por parte de la empresa **INVEDELCA S.A.**, lo fundamenta en el artículo 17 de la Ley de Marcas, en virtud de la solicitud de inscripción de la marca de fábrica y de comercio **“Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano”** presentada el 6 de setiembre de 2010, no obstante, en el caso que se discute, tenemos que, de los elementos probatorios aportados por la empresa aludida, tales como son la certificación de la marca de comercio **“Güipi Champiñones (DISEÑO)”** registro número 201502, propiedad de la empresa



CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA (Ver folios 47 al 48), documentos que demuestran la trayectoria e historia de la empresa opositora, y calidad de los productos Güipi (Ver folios 50 al 55), certificación de personería del señor Marco Vinicio Mata Arroyo (Ver folios 62 al 63, 68 al 69), y certificación de la marca de fábrica y de comercio “**Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)**”, tramitada bajo el expediente número 2010-8007, en clases 29 y 31 de la Clasificación Internacional de Niza (ver folios 75 al 76), la sociedad opositora y apelante, no logra demostrar conforme a los parámetros del artículo 40 de la Ley de Marcas, que la marca oponente haya sido usada en Costa Rica de previo a la solicitud de inscripción del distintivo “**Güipi Champiñones (DISEÑO)**”, presentada por la empresa **CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA**, ello, implica que sea anterior a los tres meses previos contabilizados desde la fecha de presentación de la solicitud, tal y como lo establece el numeral 4 inciso a) de la Ley de Marcas, la cual al haber sido efectuada el diecisiete de febrero de dos mil once, impone que el uso debe ser demostrado como realizado de previo a la fecha diecisiete de noviembre de ese año. De acuerdo a lo indicado, no se puede otorgar a la empresa opositora y apelante un derecho de prelación conforme lo regulado en el artículo 4 inciso a) de la Ley de Marcas.

Por otra parte, considera este Tribunal que no existe prueba suficiente para reconocer el derecho de la empresa apelante a oponerse dentro del presente asunto, basándose en la notoriedad de su marca. Al respecto, cabe indicar, que la declaratoria de la notoriedad de una marca dependerá de que la parte logre demostrar que ésta es conocida de forma preeminente y para distinguir ciertos productos o servicios en el sector pertinente del público que conforme sus consumidores, ya sean éstos reales y/o potenciales; entre las personas que participan en sus canales de distribución y comercialización tanto nacional como internacionalmente; o entre los círculos empresariales y comerciales que actúan en giros relativos a éstos, artículos 2, 44 párrafo final, 45 de la Ley de Marcas, 31 del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo N° 30233-J de 20 de febrero de 2002, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 65 del 4 de abril del 2002, y (2.2).a) inciso del i) al iii) de la Recomendación Conjunta. De acuerdo a lo indicado, tenemos que, para que una marca sea declarada notoria, se impone un sistema de reconocimiento de la notoriedad a través de las probanzas que, al efecto, proponga la parte interesada, para ello,



se indica que podrán ser utilizados todos los medios probatorios, y para cuyo análisis el marco de calificación registral presenta **numerus apertus**, una serie de parámetros que puedan llevar a la Administración al reconocimiento de la notoriedad contenidos en el artículo 45, 31 y la Recomendación Adjunta señalados.

De lo anterior, tenemos que, la parte apelante no aporta prueba suficiente para demostrar la notoriedad de la marca “**Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)**”, con la que se opone a la inscripción del signo pretendido por la empresa **CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA**, de ahí, que este Tribunal comparte lo resuelto por el Registro de la Propiedad Industrial cuando sobre este punto señala que “*(...) no se acredita con claridad la notoriedad de la marca , ya que los documentos aportados corresponden a certificaciones de la solicitud de marca y de personería del señor Mata Morera, así como la trayectoria de la compañía; no podemos identificar el conocimiento de la marca oponente por un determinado porcentaje del público consumidor, no sabemos cuál es la cuota de mercado poseída por la marca, la intensidad la extensión geográfica y la duración de su uso, así como la importancia de las inversiones hechas por la empresa para promocionarla. No encontramos dato alguno que nos de la cuota de mercado que poseen los productos o servicios ofrecidos o vendidos con la marca “GUPI CHAMPIÓNES (DISEÑO)” y la posición que ésta ocupa en el mercado, indicios de peso para la apreciación de la notoriedad, ya que ambos sirven para indicar el porcentaje del público interesado que compra efectivamente los productos y servicios y medir el éxito de la de la marca frente a otros competidores en el mercado. Por lo tanto la anterior prueba no satisface lo establecido en el artículo 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.*” De lo expuesto, en los párrafos anteriores, considera este Tribunal que la empresa opositora y apelante **INVEDELCA S.A.**, no demuestra ni el uso previo ni la notoriedad de la marca de fábrica y comercio “**Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)**”.

SEXTO. Entonces, analizado lo antes expuesto, corresponde a este Tribunal realizar el proceso de confrontación de la marca “**Yüpii Champiñones (DISEÑO)**” en **clase 31** de la Clasificación Internacional de Niza, tramitada bajo el expediente 2011-1348, la cual es mixta formada por



palabras y un diseño, el vocablo **“Yüpii”** escrita en blanco, al lado derecho e izquierdo de esa frase está el dibujo de un hongo en color blanco, ambos se encuentran ubicados dentro de un óvalo de color rojo, cuya orilla es de color verde, debajo de **“Yüpii”** se lee la palabra **“Champiñones”** escrita en blanco dentro de un cintillo de color verde con la orilla en color negro, el signo oponente **“Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)”**, es mixto, formado por palabras y un diseño, la expresión **“Güipi”** escrita en blanco dentro de un óvalo de color rojo, en el extremo derecho de dicha palabra está la figura de un personaje con carita feliz, tiene un gorro de cocinero en forma de hongo de color blanco, debajo de **“Guipi”** se lee la frase **“Champiñones”** escrita en blanco dentro de un cintillo de color verde, y debajo de ésta los vocablos **“Cómelo rico Cómelo sano”** escritos en blanco dentro de un cintillo de color amarillo, donde el eje central de ambos signos es **“Yüpii”** en la solicitada y **“Güipi”** en la oponente, donde se puede apreciar que ambos conjuntos marcarios *gráfica y visualmente* tienen grandes similitudes, toda vez, que el foco de atención de los signos enfrentados es **“Yüpii”** en la solicitada y **“Güipi”**, en la oponente, poseen un elemento gráfico muy característico que es la figura de los hongos (champiñones), por lo que gráficamente resultan muy parecidos a los ojos de los consumidores, por lo que podría causar confusión, dado que no hay diferencia entre uno y otro signo.

Derivado de lo anterior, desde un punto de vista **fonético o auditivo** por la estructura gramatical que presentan los vocablos de las marcas cotejadas, éstas se pronuncian y escuchan muy parecido. **Ideológicamente**, al estar frente a signos de fantasía no se puede realizar un cotejo ideológico.

En esta comparación no sólo se advierte una similitud gráfica y fonética, sino también, que los productos que intenta amparar la marca de comercio solicitada en clase 31 de la clasificación de Niza, según se desprende a folios 10 y 14 del expediente, como los que pretende distinguir la marca que se opone en clases 29 y 31 de la Clasificación Internacional de Niza, según consta a folio 75 del expediente se relacionan entre sí, por cuanto son de una misma naturaleza **“productos alimenticios”**, aumentándose así la probabilidad que los consumidores consideren que el origen empresarial de una y otra marca es el mismo, lo que no desvirtúa un factible riesgo



de asociación y confusión entre los productos que se pretenden distinguir con las marcas aludidas, en virtud del giro comercial en que se desenvuelven. Como consecuencia de lo expuesto, este Tribunal comparte lo dicho por el Registro de la Propiedad Industrial cuando señala que *“(...) se denota claramente que existe similitud gráfica y fonética entre los signos presentados por el oponente y el signo solicitante. Consecuentemente existe riesgo de asociación entre los orígenes empresariales y riesgo de confusión entre los productos de ambas empresas.”*

No obstante, y a pesar de lo indicado anteriormente, conforme lo analizado en el Considerando Quinto de la presente resolución, debe tomarse en consideración que la sociedad oponente y apelante **INVEDELCA S.A.**, no demostró ni el uso previo ni la notoriedad de la marca **“Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)”**, también es importante señalar que la empresa solicitante de la marca **“Yüpii Champiñones (DISEÑO)”**, **CONTRAFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA**, tiene inscrita en el Registro de la Propiedad Industrial de Costa Rica el signo **“Güipi Champiñones (DISEÑO)”**, registros 201501 y 201502, en clases 31 y 29 de la Clasificación Internacional de Niza, ello, de acuerdo a lo indicado en el Considerando Primero Hechos Probados de la presente resolución, por lo tanto, este Tribunal comparte lo expresado por el **a quo**, cuando manifiesta *“(...) el solicitante cuenta con la marca “GUPI” ya registrada en nuestro país bajo los registros números 201501 y 201502, por lo tanto el solicitante no estaría atentando con los derechos del oponente; razón por la cual le asiste al solicitante CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA el DERECHO de Prelación, al respecto el artículo 4 en su inciso b) señala lo siguiente: (...) Cuando una marca no esté en uso en el comercio o se haya utilizado menos de tres meses, el registro será concedido a la persona que presente primero la solicitud utilizado menos de tres meses, el registro será concedido a la persona que presente primero la solicitud correspondiente o invoque el derecho de prioridad de fecha más antigua, siempre que se cumplan lo requisitos establecidos” (el subrayado no es del original)*, de ahí, que resulta necesario mencionar que, las marcas **“Güipi Champiñones (DISEÑO)”**, registros 201501 y 201502, propiedad de la empresa **CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA**, fueron presentadas para su inscripción con anterioridad, sea, en fecha 4 de marzo de 2010, siendo, que la marca **“Güipi Champiñones Cómelo rico Cómelo sano (DISEÑO)”**, de la empresa opositora y



apelante, fue solicitada a saber, el día 6 de setiembre de 2010, como puede apreciarse a folio 75 del expediente, por lo que es aplicable el numeral 4 inciso b) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, de ahí, que la empresa solicitante no atenta los derechos de la apelante, por lo que a **CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA**, le asiste el derecho de prelación, por lo que resulta factible la inscripción de la marca pretendida.

SÉTIMO. Alega la representación de la sociedad apelante que la representación de la sociedad solicitante tiene pleno conocimiento de la fama, calidad y renombre de la marca GUIPI y de la empresa INVEDELGA S.A., para lo cual hace referencia de lo indicado por dicha representación en la contestación a la oposición, indicando que “(...) *la relación comercial entre contratos Fruterios S.R.L. e INVELGA, S.A. se inicia en fecha 13 de diciembre de 2009 mediante un contrato verbal, estableciéndose un período de un año como primera fase, al término del cual se revisaría la relación comercial y los avances obtenidos por parte de CONTRATOS FRUTEROS S.R.L., luego CONTRATOS FRUTEROS, S.R.L., recibe noticias que la marca GUIPI no estaba registrada en nuestro país, por lo cual asumió una actitud paternal y decide acertadamente registrar la marca GUIPI, pero no de forma antojadiza ni maliciosa, sino con la única intención de proteger los intereses económicos de ambas entidades, bajo la marca GUIPI se utiliza para comercializar los champiñones que bajo acuerdo comercial se le compra a INVELGA y la intención de registrar la marca YUPII obedece única y exclusivamente a la necesidad de etiquetar los champiñones de origen mexicano. Para evitar cualquier diferendo con las marcas ya registradas que pudieran ser obstáculo para el registro de YUPII, estamos dispuestos: a: 1. Renunciar o modificar los colores, 2. Modificar el logo, 3. Eliminar el doble punto de la diéresis en la palabra YUPII, si es que esa característica pudiera generar alguna confusión, 4. O diferenciar cualquier otra característica que pudiera ocasionar algún tipo de confusión con alguna marca registrada. 5. Inclusive nos apretamos a recibir de este departamento, las recomendaciones necesarias para continuar con el trámite de registro de la marca YUPII*”. Sobre este alegato, tenemos que, señalar que los sujetos de derecho privado, en el caso concreto, la empresa **CONFRUT SOCIEDAD ANÓNIMA** e **INVEDELCA S.A.** pueden hacer acuerdos mientras éstos no sean actos expresamente prohibidos, principio general del derecho privado, no



obstante, cabe indicar que las discusiones y negociaciones privadas de carácter comercial que lleven a cabo estas empresas no puede afectar el nacimiento del derecho marcario, es decir, la situación que acontece entre dichas empresas, es algo que no puede verse reflejada en el Registro de la Propiedad Industrial, a dónde se registrarán tan solo signos que, no solo tengan capacidad intrínseca y extrínseca para convertirse en marcas registradas, sino que además no se presten para que el consumidor pueda confundirse y ver así afectada su capacidad volitiva para escoger el producto o servicio que desea y/o necesita. De lo anterior, tenemos que, la posibilidad o no de registrar una marca es un asunto que se encuentra fuera del comercio por disposición de Ley, no es un asunto en el cual las partes interesadas puedan ponerse de acuerdo. Por lo que considera este Tribunal, que los asuntos que entre empresas se susciten por el tema de uso de signos distintivos debe ser consensuado entre las empresas, a través de la mecánica de licencias de uso, o incluso se proceda a traspasos respectivos o a las formas consensuadas atinentes, pero como un mecanismo interno de las empresas, sin que ellas tengan que influir positiva o negativamente sobre el registro de un signo, ya que el acto de registro de un signo es un acto de imperio que ejerce la Administración de acuerdo al marco que lo rige. Como consecuencia de lo manifestado supra, este Tribunal no acoge el alegato de la recurrente.

OCTAVO. Conforme a las consideraciones y citas normativas expuestas, este Tribunal considera procedente declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la Licenciada **Kristel Faith Neurohr**, en su condición de apoderada especial de la empresa **INVEDELCA S.A.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, cinco minutos, once segundos del veinticinco de enero de dos mil doce, la que en este acto se confirma, para que se deniegue la oposición planteada por la empresa mencionada, y se acoja la inscripción de la marca de comercio “**Yüpii Champiñones (DISEÑO)**”, en **clase 31** de la Clasificación Internacional de Niza.

NOVENO. 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 Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual y 29 del Reglamento Operativo del



Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 30 de marzo del 2009, publicado en el Diario Oficial La Gaceta N° 169, el 31 de agosto del 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones y citas normativas expuestas, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la Licenciada **Kristel Faith Neurohr**, en su condición de apoderada especial de la empresa **INVEDELCA S.A.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las diez horas, cinco minutos, once segundos del veinticinco de enero de dos mil doce, la que en este acto se confirma, para que se deniegue la oposición planteada por la empresa mencionada, y se acoja la inscripción de la marca de comercio **“Yupii Champiñones (DISEÑO)”**, en **clase 31** de la Clasificación Internacional de Niza. Se da por agotada la vía administrativa. Previa constancia 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

Roberto Arguedas Pérez

Kattia Mora Cordero

Guadalupe Ortiz Mora



DESCRIPTORES:

Solicitud de inscripción de la marca

TG. Inscripción de la marca

TNR. 00.42.25

Oposición a la inscripción de la marca

TG. Inscripción de la marca

TNR. 00.42.38