

RESOLUCION DEFINITIVA

Expediente N° 2009-0739-TRA-PI

Oposición a la inscripción de la marca de servicios “PEPE”

PEPE (UK) LIMITED, Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen número 9571-07)

Marcas y otros Signos Distintivos

VOTO No. 1466-2009

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO, San José, Costa Rica, a las doce horas con treinta y cinco del veintitrés de noviembre del dos mil nueve.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Manuel Enrique Lizano Pacheco**, mayor, casado una vez, Abogado, vecino de San José, Santa Ana, titular de la cédula de identidad número 1-0833-0413, en su condición de Apoderada Especial de la empresa **PEPE (U.K.) LTD.**, sociedad organizada y existente bajo las leyes de Inglaterra, domiciliada en Pepe House, 34 Bridge Road, N.W. 19, 9BX, Londres, Inglaterra, en contra de la resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial a las once horas con tres minutos y nueve segundos del diecinueve de marzo del dos mil nueve.

RESULTANDO

PRIMERO. Que en fecha tres de julio del dos mil siete, la Licenciada **Denise Garnier Acuña**, mayor, Abogada, vecina de Escazú, titular de la cédula de identidad número 1-0487-0992, en su condición de Apoderada General de la empresa **GMG NICARAGUA, S.A.**, solicitó la inscripción de la marca de **servicios “PEPE”**, en clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir: *“servicios de tienda de electrodomésticos, artículos electrónicos, computadoras y muebles para el hogar y la oficina”*.



SEGUNDO. Que los edictos para oír oposiciones, fueron publicados en el Diario Oficial La Gaceta, los días 23, 24 y 25 de octubre del 2007, en las ediciones números 203, 204 y 205, y dentro del plazo conferido para tal efecto, el Licenciado **José Antonio Muñoz Fonseca**, en su condición de Apoderada Especial de la empresa **PEPE (U.K.) LTD.**, formuló oposición al registro de la marca de servicios **“PEPE”**, en **clase 35** de la Clasificación Internacional de Niza, alegando, que la marca que se desea inscribir posee identidad gráfica, fonética e ideológica con las marcas inscritas y en trámite de inscripción de su representada, cuales son: **“PEPE JEANS LONDON”** registro número **105919**, **“PEPE JEANS”** registro número **14172**, **“PEPE JEANS LONDON”** registro número **141725**, **“PEPE JEANS”**, marca que se encuentra en trámite de registro bajo el expediente 2003-2675, y **“PEPE JEANS LONDON”**, marca que se encuentra en trámite de registro bajo el expediente 2007-1203. Aduce, que tales marcas son famosas, notorias y gozan de gran prestigio y celebridad a nivel mundial, por lo que solicita se acoja en todos sus extremos la oposición y que se rechace la solicitud de inscripción de la marca de servicios **“PEPE”**.

TERCERO. Que a las once horas con tres minutos y nueve segundos del diecinueve de marzo del dos mil nueve, la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial resolvió declarar sin lugar la oposición interpuesta y acogió la solicitud de inscripción de la marca de servicios **“PEPE”**, presentada por la empresa **GMG NICARAGUA, S.A.**

CUARTO. Que en fecha quince de abril del dos mil nueve, la representación de la empresa **PEPE (U.K.) LTD.**, interpuso recurso de revocatoria con apelación en subsidio contra de la resolución final antes indicada y una vez otorgada la audiencia de reglamento mediante la resolución de las doce horas del veinticuatro de agosto de dos mil nueve, expresó agravios.

QUINTO. Que a la sustanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde, y no se han observado causales, defectos u omisiones que causen indefensión a las partes e

interesados, o la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución dentro del plazo legal y previas las deliberaciones de rigor.

Redacta el Juez Durán Abarca, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Se aprueba el elenco de hechos probados de la resolución venida en alza, en el Considerando Primero Punto 1.; y además se agregan los siguientes hechos probados: Que en el Registro de la Propiedad Industrial, se encuentran inscritas las siguientes marcas a nombre de **PJ HUNGARY SZOLGALTATO KORLATOLT FELELOSSEGU TARSASAG**:

1- “PEPE JEANS LONDON (DISEÑO)”, registro N° **105919**, inscrita desde el 10 de febrero de 1998, en clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir: *“bolsos atléticos, mochilas, bolsos para todo propósito, bolsos de play, fardos y aflojas a. billeteras, bultos escolares, maletines, carteritas para plata, carteritas para monedas, estuches para tarjetas de crédito, talegos para llevar efectos de uso personal, cartucheras para abanicos, bolsas para gimnasia, carteras, llaveros, muertos, valijas, bolsas para llevar poca ropa, estuches para pasaportes, agendas, satchels, bolsos para llevar libros, mochilas para la escuela, bolsas para zapatos, mochilas para ponerse en los hombros, estuches para artículos de tocador, bolsas de cargas sobre los hombros. Bolsos de viaje, sombrillas”*, vigente hasta el 10 de febrero de 2018. (folios 129 a 131)

2- “PEPE JEANS”, registro N° **141724**, inscrita desde el 30 de setiembre de 2003, en clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir: *“cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidas en otras clases,*

pieles de animales, baúles y maletas, paraguas, sombrillas y bastones, fustas y guarnicionería”, vigente hasta el 30 de setiembre del 2013. (folios 132 y 133)

3- “PEPE JEANS LONDON”, registro N° **141725**, inscrita desde el 30 de setiembre del 2003, en clase 18 de la Clasificación Internacional de Niza, para proteger y distinguir: *“cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidas en otras clases, pieles de animales, baúles y maletas, paraguas, sombrillas y bastones, fustas y guarnicionería”,* vigente hasta el 30 de setiembre del 2013. (folios 134 y 135)

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal encuentra como hecho con tal naturaleza de importancia para la presente resolución el siguiente:

1.- No se logra demostrar la notoriedad de las marcas **“PEPE JEANS”**, propiedad de la empresa oponente.

TERCERO. SOBRE LA RESOLUCION APELADA Y LOS AGRAVIOS DEL APELANTE. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial, con base en la prueba aportada a los autos señaló que las marcas de la oponente gozan de algún grado de publicidad y divulgación, pero dicho elemento por sí solo, no es suficiente para determinar con certeza que la misma sea notoria, por cuanto no logra demostrar a cabalidad los criterios establecidos por el artículo 45 de la Ley de Marcas como son la extensión de conocimiento por el sector pertinente, la antigüedad y su uso constante y el análisis de producción y mercadeo de los productos que la marca distingue, ni el registro de la misma en otros países, razones por las que tuvo por no demostrada la notoriedad de las marcas **“PEPE JEANS”** en virtud de la debilidad del material probatorio aportado por la oponente.

En lo que respecta al cotejo realizado en autos entre las marca contrapuestas señaló el Registro que se puede colegir que los productos y servicios ofrecidos por las marcas en conflicto se



ubican en clases distintas de la nomenclatura internacional y protegen productos o servicios de distinta naturaleza, razón por la cual a pesar de la existencia de similitudes o identidad entre los signos, no existe el más mínimo grado de confusión para los consumidores, puesto que protegen servicios y productos, cuyos canales de comercialización son evidentemente diversos, por ejemplo: ropa o materiales de cuero, no se expenden en tiendas de electrodomésticos, por lo cual, la marca solicitada no incurre en ninguna de las prohibiciones del artículo 8 de la nuestra Ley de Marcas, así como también en aplicación del principio de especialidad en materia marcaria.

Por su parte, la representación de la empresa recurrente en su escrito de apelación y expresión de agravios, alegó la evidente semejanza entre las marcas contrapuestas, señalando semejanza gráfica, fonética e ideológica entre éstas, no existiendo suficientes elementos diferenciadores que permitan su coexistencia registral, lo que podría causar riesgo de confusión o inducir a error a los consumidores promedio, los cuales no podrían hacer diferencia entre las dos marcas; además de alegar la fama y notoriedad de su marca “**PEPE JEANS**”.

CUARTO. SOBRE EL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD MARCARIA. El análisis de la eventual coexistencia de las marcas enfrentadas en el presente caso, debe hacerse partiendo de los alcances 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 los incisos a) y b) del artículo 8º ibídem, en este caso como motivo para el rechazo de la inscripción marcaria de un signo, y en el numeral 24 incisos d) y e) del Reglamento de esa Ley (Decreto Ejecutivo Nº 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 registro marcario.

Dicho lo anterior, pártase de que si la función principal de la marca es identificar los productos o servicios de un fabricante o comerciante para distinguirlos de los de igual o similar naturaleza, pertenecientes a otra empresa o persona, corolario de ello no es posible que coexistan en el

mercado, en cabeza de dos o más personas distintas, marcas similares o idénticas para designar productos o servicios idénticos o de la misma naturaleza o finalidad. En pocas palabras, la esencia del sistema marcario reside en evitar la coexistencia de marcas confundibles pertenecientes a distintos titulares.

No obstante lo anterior, la protección acordada a una marca se encuentra delimitada, se atenúa, en virtud del **Principio de Especialidad Marcaria**, según el cual tal protección no abarca la totalidad de los productos o servicios, sino sólo aquéllos para los que la marca fue solicitada, así como para los que sean similares o relacionados. Es decir, de acuerdo con el **Principio de Especialidad**, el derecho de exclusividad que otorga el registro de una marca recae únicamente sobre los bienes o servicios para los que ha sido registrada, de manera tal que la marca no protege cualquier producto o servicio, sino que su espectro de protección se halla limitado únicamente a los artículos o servicios para los cuales fue solicitado su registro. Así, a los fines prácticos, se adoptó una clasificación de productos y servicios –la **Clasificación de Niza**–, que es una división de 45 categorías para clasificar las marcas según la naturaleza de los productos o servicios que su titular aspire a identificar o a proteger con ellas.

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. 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.

Entonces, por la aplicación del ***Principio de Especialidad*** se puede solicitar el registro de un signo igual a una marca inscrita, siempre que lo sea para clases distintas de productos. 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 registrada traspasa los límites de la clase 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 las marcas en conflicto, debiendo imperar la irreregistrabilidad en aquellos casos en que los signos propuestos se pretendan para los mismos productos o servicios, o bien, relacionados o asociables a aquéllos, tal como se prevé en los artículos 8º incisos a) y b) y 24 de la Ley de Marcas, y en el 24 inciso f) de su Reglamento.

De lo expuesto hasta aquí se concluye que el titular de una marca puede pretender el amparo del Derecho, así como el Registro hacerlo, cuando un tercero utiliza su propio signo, sin su autorización, para distinguir productos o servicios de la misma especie sobre los cuales se obtuvo la inscripción marcaria, por cuanto ello puede dar lugar a que el público consumidor crea que tales productos o servicios tienen un origen común, es decir, un mismo fabricante o comerciante, aunque se refieran a productos o servicios de distinta especie.

Entonces, para solucionar el diferendo presentado en esta oportunidad, deben ser tenidos a la vista los productos y servicios que se protegerían y distinguirían con una y otra marca, 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.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. CONFRONTACIÓN DE LOS SIGNOS EN PUGNA. En razón de lo anteriormente dicho, y para una mayor claridad en la contraposición de los signos inscritos y el solicitado realizamos el siguiente cuadro comparativo:

MARCA INSCRITA: Registro No. 105919	MARCAS INSCRITAS: Registros Nos. 141724 y 141725	MARCA SOLICITADA:
“PEPE JEANS LONDON”	“PEPE JEANS y PEPE JEANS LONDON”	“PEPE”
<u>Productos que protege y distingue:</u>	<u>Productos que protege y distingue:</u>	<u>Servicios que protegería y distinguiría:</u>
Clase 18 internacional: <i>bolsos atléticos, mochilas, bolsos para todo propósito, bolsos de play, fardos y aflojas a. billeteras, bultos escolares, maletines, carteritas para plata, carteritas para monedas, estuches para</i>	Clase 18 internacional: <i>cuero e imitaciones de cuero, productos de estas materias no comprendidas en otras clases, pieles de animales, baúles y maletas, paraguas, sombrillas y bastones, fustas y</i>	Clase 35 internacional: <i>servicios de tienda de electrodomésticos, artículos electrónicos, computadoras y muebles para el hogar y la oficina.</i>

<i>tarjetas de crédito, talegos para llevar efectos de uso personal, cartucheras para abanicos, bolsas para gimnasia, carteras, llaveros, muertos, valijas, bolsas para llevar poca ropa, estuches para pasaportes, agendas, satchels, bolsos para llevar libros, mochilas para la escuela, bolsas para zapatos, mochilas para ponerse en los hombros, estuches para artículos de tocador, bolsas de cargas sobre los hombros. Bolsos de viaje, sombrillas.</i>	<i>guarnicionería.</i>	
--	-------------------------------	--

La comparación entre los signos indicados anteriormente, ha de realizarse atendiendo a lo estipulado por los numerales 8 inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que reza:

“Artículo 8.- Marcas Inadmisibles por derecho de terceros.

Ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, en los siguientes casos, entre otros:

a) Si el signo es idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor”. (la negrilla es del texto original, el subrayado no es del original).



“Artículo 24.- Reglas para calificar semejanza. Tanto para la realización del examen de fondo como para la resolución de oposiciones, se tomará en cuenta, entre otras, las siguientes reglas:

“ (...)

e) Para que exista posibilidad de confusión, no es suficiente que los signos sean semejantes, sino además que los productos o servicios que identifican sean de la misma naturaleza o que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre ellos; (el subrayado no es del original).

En el presente caso, tenemos que las marcas inscritas son del tipo mixta (sea con contenido denominativo y figurativo) y denominativas por su orden, mientras que la solicitada es del tipo denominativa. Aplicando el análisis de primera impresión, vemos como en los tres signos sobresale la palabra **“PEPE”** como la parte con mayor carga de distinción, constituyéndose así en el elemento preponderante, mientras que las palabras **“JEANS LONDON”** y **“JEANS”**, son simples indicaciones genéricas acerca del tipo de producto del que se trata, así como su procedencia; además tales vocablos no vienen a marcar una diferencia que las individualice y las diferencie, gráfica y fonéticamente.

De lo anterior, concluye este Tribunal, que de la confrontación entre la marca denominativa solicitada y las inscritas mixta y denominativas por su orden, puede notarse que existe similitud gráfica y fonética, sin embargo, a pesar de esta similitud antes expuesta, por encontrarse éstas en clases diferentes y ser, marcas de productos las inscritas y una marca de servicios la solicitada, sin existir ninguna relación o conexión entre estos productos y servicios, ya que son totalmente diferentes, puede concluirse que resulta posible su coexistencia registral, sin que exista riesgo de provocar confusión entre el público consumidor, ni inducirlo a error, ya que por el principio de especialidad resulta posible dicha coexistencia marcaria.

SEXTO. Partiendo de lo anterior, y haciendo una comparación de los signos distintivos, desde la óptica de los servicios y productos que identifican, nos damos cuenta que no están relacionados entre sí, las marcas inscritas “**PEPE JEANS LONDON**” y “**PEPE JEANS**”, de ahí, que por la naturaleza de éstos bienes y servicios no se puede generar confusión o inducir a error al público consumidor, al poderse determinar con claridad de quién procede el servicio y el producto y además considerar que el signo marcario solicitado no proviene de un mismo origen empresarial. En este sentido la doctrina ha destacado el papel tan importante que posee el origen empresarial del producto o servicio para el público consumidor o usuario, y la función que desempeña la marca, al establecer lo siguiente:

“La función principal de la marca es indicar al consumidor o usuario el origen empresarial del producto o del servicio distinguido por ella. La función de indicación del origen empresarial o función distintiva se encuentra recogida en la propia definición legal de marca: signo que distingue los productos o servicios de una empresa de los de otra... Así, en efecto, la marca es el elemento que informa al consumidor sobre el origen empresarial de los productos o servicios contraseñados con la misma... De este modo, los consumidores pueden identificar desde un punto de vista formal la fuente productiva de los bienes o servicios que utilizan, es decir, a quién imputar la satisfacción o la insatisfacción que les produce el consumo del producto o el uso del servicio. Ésta es la razón principal de que no puedan convivir legalmente en el mercado marcas idénticas o confundibles, porque el consumidor incurriría en confusión para determinar de quién procede el producto o el servicio (...)” (LOBATO, Manuel, Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, Primera Edición, Editorial Civitas, p. 77).

De lo anterior, se podría decir, que los productos identificados con las marcas inscritas, y los servicios que pretenden proteger y distinguir el signo solicitado, no compartirían canales de distribución y puestos de venta, ni tendrían un mismo tipo de consumidor o destinatario, todo lo

cual, no permite prever la posibilidad de que surja un riesgo de confusión entre los servicios y productos que protegen ambas empresas.

SÉTIMO. Por otra parte, considera este Tribunal que no es de recibo lo alegado por el apelante en cuanto a que las marcas de su representada se encuentran registradas además de Costa Rica, en otros países de América y Europa, y que por esa circunstancia no debe inscribirse la marca solicitada, ocurriendo, que tal manifestación no agrega mayor valor a su apelación, pues, el hecho de que las marcas de su propiedad hayan sido inscritas en otros países, ello, no constituye un requisito sine qua non para otorgar o denegar un registro de marca, o que tengan un mejor derecho sobre la marca solicitada, lo anterior en virtud del principio de territorialidad que informa esta materia.

OCTAVO. Cabe destacar, que la no demostración de la notoriedad de las marcas de la apelante, argumento dado el Registro **a-quo**, para declarar sin lugar la oposición presentada por la representante de la empresa **PEPE (U.K.) LTD.**, contra la solicitud de inscripción de la marca de servicios “**PEPE**”, y acoger dicha solicitud, es avalado por este Tribunal, resultando importante señalar, que de la documentación que consta en el expediente, no existen pruebas que evidencien que las marcas inscritas sean marcas notoriamente conocidas, tal y como lo manifiesta la representante de la empresa **PEPE (U.K.) LTD.**, tanto en su escrito de apelación visible a folios 77 a 89 del expediente, como en su escrito de expresión de agravios visible a folios 212 a 220, ello, por cuanto no demuestra en todo el expediente, que dicha marca cumpla con los requisitos establecidos en el artículo 44 y 45 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, en concordancia con los artículos 31 del Reglamento a dicha ley, y el artículo 6 bis del Convenio de París, siendo, que no basta señalar la supuesta notoriedad de un signo marcario, sino que la misma debe ser probada, aspecto, que no se desprende del expediente con la prueba aportada a los autos.

NOVENO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Conforme a las consideraciones que anteceden, encuentra este Tribunal que el signo solicitado “**PEPE**”, no afecta los derechos de un tercero en los términos del artículo 8 inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, ni resulta posible el riesgo de confusión entre los productos de las marcas inscritas y los servicios que se pretenden proteger y distinguir con el signo solicitado, de conformidad con lo que establece el numeral 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de Marcas. Por consiguiente, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Manuel Enrique Lizano Pacheco**, en representación de la empresa **PEPE (U.K.) LTD.**, en contra de la resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial a las once horas con tres minutos y nueve segundos del diecinueve de marzo del dos mil nueve, resolución que en este acto se confirma.

DÉCIMO. 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 del 31 de agosto del 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, citas legales y de doctrina que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto el Licenciado **Manuel Enrique Lizano Pacheco**, en representación de la empresa **PEPE (U.K.) LTD.**, en contra de la resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial a las once horas con tres minutos y nueve segundos del diecinueve de marzo del dos mil nueve, resolución que en este acto 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.**

Dr. Carlos Mnuel Rodríguez Jiménez

M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde

Lic. Adolfo Durán Abarca

Lic. Luis Jiménez Sancho

M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora



DESCRIPTORES

Marcas inadmisibles por derechos de terceros

-TE. Marca registrada o usada por un tercero

-TG. Marcas inadmisibles

-TNR. 00.41.33