



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

RESOLUCION DEFINITIVA

Expediente No. 2015-0553-TRA-PI

Solicitud de inscripción de la marca “AGROSPRAY (DISEÑO)”

LUCALZA HOLDINGS INC., Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de Origen No 2015-2901)

Marcas y Otros Signos

VOTO N° 152-2016

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las diez horas con cinco minutos del doce de abril de dos mil dieciséis.

Recurso de Apelación interpuesto por la licenciada **María de la Cruz Villanea Villegas**, mayor, casada, abogada, vecina de San José, con cédula de identidad 1-984-695, en representación de la empresa **LUCALZA HOLDINGS INC.**, sociedad organizada y existente conforme a las leyes de la República de Guatemala, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 10:31:54 horas del 17 de junio de 2015.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el 25 de marzo de 2015, la licenciada María de la Cruz Villanea Villegas, en la condición indicada solicitó el registro de la marca de fábrica “**AGROSPRAY (DISEÑO)**”, en clases 01 y 04 de la clasificación internacional, para distinguir y proteger, en **clase 01**: “*Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura, resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto, abonos para el suelo, composiciones extintoras, preparaciones para templar y soldar metales, productos químicos*”



*para conservar alimentos, materias curtientes, adhesivos (pegamentos) para la industria” y en **clase 04**: “Aceites y grasas para uso industrial, lubricantes, productos para absorber, rociar y asentar el polvo, combustibles (incluida gasolina para motores) y materiales de alumbrado, velas y mechas de iluminación”, a la cual se le ha agregado el siguiente diseño:*



SEGUNDO. Mediante escrito presentado ante el Registro el 3 de junio de 2015 la solicitante limita la lista de los productos de la siguiente forma, para proteger y distinguir en **clase 1**: *“Productos químicos para la industria, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura, abonos para el suelo, composiciones extintoras, productos químicos para conservar alimentos”* y en **clase 4**: *“Aceites y grasas para uso industrial, lubricantes, productos para absorber, rociar y asentar el polvo”*

TERCERO. Mediante resolución de las 10:31:54 horas del 17 de junio de 2015, el Registro de la Propiedad Industrial rechazó de plano la inscripción solicitada.

CUARTO. Que inconforme con lo resuelto, la licenciada **Villanea Villegas**, en representación de la empresa solicitante, recurrió la resolución referida y en razón de ello conoce este Tribunal de Alzada.

QUINTO. A la substanciación del recurso se le ha dado el trámite que le corresponde y no se han observado causales, defectos u omisiones que pudieren haber provocado la indefensión de los interesados o a la invalidez de lo actuado, dictándose esta resolución fuera del plazo legal, toda vez que el Tribunal Registral Administrativo no contó con su Órgano Colegiado del doce de julio del dos mil quince al primero de setiembre del dos mil quince.



Redacta la juez Ortiz Mora, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con tal carácter que resulten de relevancia para el dictado de la presente resolución.

SEGUNDO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. El Registro de la Propiedad Industrial rechaza de plano la inscripción de “**Agrospray**”, considerando que aún con la limitación de la lista de productos a proteger, resulta inadmisibles por razones intrínsecas, ya que está compuesto por términos que en la usanza comercial son propios de este tipo de proceso, de esta forma de aplicación del producto (en spray), el cual si no se obtiene como resultado de esos productos resulta un signo engañoso y por esto contraviene los incisos g) y j) del artículo 7 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos.

El apelante en sus agravios manifiesta que su marca goza de las características de originalidad y distintividad para acceder al registro, ya que permite distinguir sus bienes de los de terceros. Afirma que, en virtud de la prevención hecha por el Registro, solicitó la limitación de la lista de productos a proteger en aras de eliminar cualquier posible riesgo de confusión. Sin embargo, con fundamento en un análisis erróneo y fraccionado, el Registro decide denegar la inscripción del signo por considerar engañoso el término “spray”. Advierte que tanto la jurisprudencia como la doctrina y la legislación internacional ordenan que los signos marcarios deben analizarse en conjunto y no en forma separada, ya que el consumidor no se detiene a diseccionarlos en partes ni a apreciarlos en esa forma. Agrega que la marca solicitada no produce engaño o confusión en el consumidor porque es evocativa -en algún sentido- con respecto del término “agro”, pero éste



alude a un concepto dentro del ámbito de la comercialización de los productos a proteger en clases 01 y 04, sin describirlos. Adicionalmente, considera el recurrente que es errónea la interpretación del registrador respecto de que con la palabra “spray” se hará creer al consumidor que los productos protegidos son únicamente en esa presentación. Alega que su representada ha logrado el registro de esta marca en otros países, por ejemplo Guatemala, siendo que tanto éste como Costa Rica son parte del Convenio de París y por ello, a pesar del principio de territorialidad, la inscripción en otras jurisdicciones sí tiene peso en el estudio de registrabilidad, tal como lo dispone el artículo 6 quinquies de ese Convenio. Con fundamento en estos alegatos, la apelante solicita se revoque la resolución que apela y se ordene continuar con el trámite del registro que pretende.

TERCERO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. I.- SOBRE LA DISTINTIVIDAD Y LAS MARCAS ENGAÑOSAS. Nuestra normativa marcaria es clara en que, para el registro de un signo, éste debe tener la aptitud distintiva necesaria para distinguir los productos o servicios protegidos de otros de la misma naturaleza que sean ofrecidos en el mercado por titulares diferentes.

Respecto de la falta de carácter distintivo en los signos marcarios sometidos a registro, el Comité Permanente sobre el Derecho de Marcas, Diseños Industriales e Indicaciones Geográficas (SCT), en el documento preparado por su Secretaría el 30 de agosto del año 2010 bajo el título “**MOTIVOS DE DENEGACIÓN PARA TODOS DE TIPOS DE MARCAS**” afirmó:

“...17. El carácter distintivo puede definirse como la capacidad inherente a una marca de ser percibida por los agentes del mercado como un medio para distinguir los productos o servicios de una empresa de los de otra empresa, lo que permite asignar a esos productos o servicios un determinado origen comercial. La valoración del carácter distintivo del signo tiene en cuenta el servicio o el producto que es objeto de la marca. En general, en la legislación en materia de marcas se reconoce una serie de signos que carecen de carácter distintivo: signos que son necesarios en el lenguaje corriente o



profesional; designaciones genéricas o habituales del producto o del servicio; signos utilizados para indicar una característica del producto o del servicio, en particular, la especie, la calidad, la cantidad, el destino...”

En este sentido, es de interés para el caso bajo estudio, lo dispuesto en el **artículo 7** de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, en se establecen los impedimentos a la inscripción por razones intrínsecas, que son aquellas derivadas de la relación existente entre la marca y su objeto de protección. Dentro de éste artículo, específicamente en sus incisos g) y j) se impide la inscripción de un signo marcario cuando “...*No tenga suficiente aptitud distintiva respecto del producto o servicio al cual se aplica.*” y cuando “...*Pueda causar engaño o confusión sobre (...) la naturaleza, el modo de fabricación, las cualidades, la aptitud para el empleo (...), o alguna otra característica del producto o servicio de que se trata...*”

Respecto de las **marcas engañosas**, ya este Tribunal se ha pronunciado en diferentes resoluciones, dentro de ellas en el Voto No. 1054-2011 de las 09:05 horas del 30 de noviembre de 2011, en los cuales se manifestó indicando:

“...El autor, Jorge Otamendi, respecto a las marcas engañosas refiere: “(...) *Hay signos que aplicados a determinados productos o servicios inducen a hacer creer al público consumidor que aquéllos tienen determinadas características. Estas marcas que inducen o provocan el error son llamadas marcas engañosas (...)*” (**OTAMENDI, Jorge, Derecho de Marcas, 5ª. Ed., Abeledo-Perrot, Buenos Aires, Argentina, 2003, p. 86.**)
(...)”

De allí que le sea aplicable el inciso j) del numeral 7 de la Ley de Marcas, pues esta causal tiene que ver con el “principio de veracidad de la marca”, ya que, “(...) *El principio de la veracidad de la marca tiende a proteger, por una parte, el interés del público de no ser engañado con falsas indicaciones de procedencia, naturaleza o calidad de los productos o servicios que se le ofrecen y, por otra parte, el interés de los titulares de derechos protegidos por la propiedad industrial, de que se respeten esos*



derechos o no se vulneren por medio de actos de competencia desleal. La marca, por tanto, debe ser veraz en mérito de un doble interés: el público y el privado. (...)” (KOZOLCHYK, Boris y otro, **“Curso de Derecho Mercantil”**, Editorial Juricentro, San José, Costa Rica, T. I, 1ª. Reimp., 1983, p. 176.)

La marca no debe producir confusión respecto a la información que debe suministrar el correspondiente signo, de allí el requisito de no producir en los consumidores error, engaño y desorientación...” (Voto No 1054-2011)

II.- SOBRE EL PRINCIPIO DE PROTECCIÓN “TAL CUAL ES” (TELLE QUELLE).

Respecto del artículo 6 quinquies del Convenio de París, invocado por la parte apelante y que es conocido en doctrina como el “**principio de protección *telle quelle*”** o “**cláusula tal cual es**”, es un tema que ha sido ya abordado por este Tribunal en diversas resoluciones, entre ellas en el voto No. 128-2008 de las 13:45 horas del 10 de marzo de 2008, indicando:

“...TERCERO. EN CUANTO A LA APLICACIÓN DEL PRINCIPIO TELLE QUELLE DEL CONVENIO DE PARÍS. Una primera aproximación a este tema, sería recordar que los derechos de propiedad intelectual que se otorgan a un titular en virtud del registro de su marca, están sujetos al ***principio de territorialidad***, según el cual –resumiendo– el Estado de que se trate no puede conceder un derecho de propiedad intelectual más allá de donde llega su soberanía, razón por la cual las marcas inscritas en él sólo tienen valor dentro de su territorio.

El corolario obligado de lo anterior, contenido en el artículo **6º** párrafo **3** del **Convenio de París**, aprobado mediante Ley N° 7484 del 28 de marzo de 1995, publicada en el Alcance 18 de La Gaceta N° 99 del 24 de mayo de 1995, es que la inscripción de una marca en un país determinado, **es independiente** de su inscripción en otros países, no viéndose afectada tal inscripción por la suerte que pueda correr en otros países las



inscripciones de esa misma marca, incluido su país de origen.

No obstante lo anterior, hay dos excepciones al citado principio, a saber: i) la **reivindicación de prioridad** de una marca (prevista en el numeral 4° del Convenio de París), sobre la que no interesa ahondar en esta oportunidad; y ii) las inscripciones marcarias que se solicitan según la regla “*telle quelle*”, “*tal cual es*”, prevista en el artículo 6° quinquies del Convenio de repetida cita, figuras jurídicas que tienen como común denominador, que rompen con la territorialidad de los derechos conferidos por la inscripción de una marca.

Ese último canon, no desarrollado en la legislación interna de Costa Rica, dice así:

Artículo 6 quinquies [Marcas: protección de las marcas registradas en un país de la Unión en los demás países de la Unión (cláusula «tal cual es»)].

A. 1) Toda marca de fábrica o de comercio regularmente registrada en el país de origen será admitida para su depósito y protegida tal cual es en los demás países de la Unión, salvo las condiciones indicadas en el presente artículo. Estos países podrán, antes de proceder al registro definitivo, exigir la presentación de un certificado de registro en el país de origen, expedido por la autoridad competente. No se exigirá legalización alguna para este certificado.

2) Será considerado como país de origen el país de la Unión donde el depositante tenga un establecimiento industrial o comercial efectivo y serio, y, si no tuviese un establecimiento de ese tipo en la Unión, el país de la Unión donde tenga su domicilio, y, si no tuviese domicilio en la Unión, el país de su nacionalidad, en el caso de que sea nacional de un país de la Unión.

B. Las marcas de fábrica o de comercio reguladas por el presente artículo no podrán ser rehusadas para su registro ni invalidadas más que en los casos siguientes:

1) cuando sean capaces de afectar a derechos adquiridos por terceros en el país donde la protección se reclama;

2) cuando estén desprovistas de todo carácter distintivo, o formadas exclusivamente por signos o indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, el lugar de origen de los productos o la época de producción, o que hayan llegado a ser usuales en el lenguaje corriente o en las costumbres leales y constantes del comercio del país donde la protección se reclama;



3) cuando sean contrarias a la moral o al orden público y, en particular, cuando sean capaces de engañar al público. Se entiende que una marca no podrá ser considerada contraria al orden público por el solo hecho de que no esté conforme con cualquier disposición de la legislación sobre marcas, salvo en el caso de que esta disposición misma se refiera al orden público. En todo caso queda reservada la aplicación del Artículo 10bis.

C. 1) Para apreciar si la marca es susceptible de protección se deberán tener en cuenta todas las circunstancias de hecho, principalmente la duración del uso de la marca.

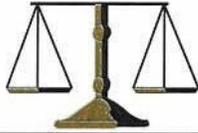
2) No podrán ser rehusadas en los demás países de la Unión las marcas de fábrica o de comercio por el solo motivo de que difieran de las marcas protegidas en el país de origen sólo por elementos que no alteren el carácter distintivo y no afecten a la identidad de las marcas, en la forma en que las mismas han sido registradas en el citado país de origen.

D. Nadie podrá beneficiarse de las disposiciones del presente artículo si la marca para la que se reivindica la protección no ha sido registrada en el país de origen.

E. Sin embargo, en ningún caso, la renovación del registro de una marca en el país de origen implicará la obligación de renovar el registro en los otros países de la Unión donde la marca hubiere sido registrada.

F. Los depósitos de marcas efectuados en el plazo del Artículo 4 adquirirán el beneficio de prioridad, incluso cuando el registro en el país de origen no se efectúe sino después del término de dicho plazo.

Tal como se deduce de las estipulaciones que anteceden, una marca inscrita en su país de origen debe ser aceptada para su inscripción y protección “**tal cual es**” (*telle quelle*) en los demás países aglutinados en el Convenio de París, aun cuando en lo que respecta a algunos de sus aspectos intrínsecos (detallados en el artículo 7º de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, N° 7978 del 6 de enero de 2000) el signo propuesto pudiere no ajustarse a los requerimientos de la legislación nacional. Por consiguiente, en principio sería improcedente que los Estados miembros del Convenio de París, al momento de estudiar un signo propuesto para determinar su inscripción, lo calificaran de manera diferente a como lo fue en su país de origen, proceder que rompe –desde luego– el ya mencionado principio de territorialidad...” (Voto N° 121-2008 de las 13:45 horas del 10 de marzo de 2008)



Al respecto, Carlos Fernández-Novoa en su “*Tratado sobre derecho de marcas*” se refiere al principio de protección “*tal cual es*” indicando que el artículo 6 quinquies del Convenio de la Unión de París (CUP):

“...ocupa un puesto preeminente dentro del conjunto de normas que el Convenio de París destina a la regulación de las marcas. La preeminencia del art. 6 quinquies se funda en dos razones. La primera es que (...) instaura una vía especial (la denominada protección *telle quelle*) para que la marca de un unionista acceda con relativa facilidad al Registro de Marcas de los restantes países de la Unión. La segunda razón es que las normas contenidas en los apartados B y C del art. 6 quinquies han sido el modelo en el que se ha inspirado el actual Derecho europeo de marcas a la hora de formular las más importantes prohibiciones absolutas aplicables a la solicitud de una marca. El art. 6 quinquies del CUP tiene una compleja estructura dentro de la cual deben diferenciarse dos sectores; a saber: un primer sector en el que figura el principio de la protección *telle quelle* de la marca unionista [*sub α*]; y un segundo sector en el que se sitúan las limitaciones generales a las que se somete el principio de la protección *telle quelle* de la marca unionista [*sub β*].

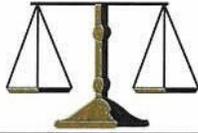
(...)

β) Si un unionista opta por proteger *telle quelle* en otro país de la Unión la marca registrada en el país de origen, la Oficina Nacional correspondiente únicamente podrá denegar el registro de la marca cuando concurre alguna de las prohibiciones fijadas por el apartado B del art. 6 quinquies del CUP.

(...)

Entre las prohibiciones establecidas por el apartado B (...) poseen un destacado relieve las que se contienen en el subapartado 2. En efecto, el art. 6 quinquies B.2 enuncia con gran rigor técnico las tres siguientes prohibiciones absolutas:

-Que la marca solicitada esté desprovista “de todo carácter distintivo”.



-Que la marca solicitada esté formada “exclusivamente por signos o indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, el lugar de origen de los productos o la época de producción”.

-Que la marca solicitada esté formada exclusivamente por signos o indicaciones “que hayan llegado a ser usuales en el lenguaje corriente o en las costumbres leales y constantes del país donde la protección se reclama”.

Hay que destacar particularmente la precisión terminológica con la que se tipifican las tres prohibiciones absolutas mencionadas. El rigor técnico del art. 6 quinquies B.2 del CUP es difícilmente superable...” (Fernández-Novoa, Carlos. “Tratado sobre derecho de marcas”. Segunda Edición. Marcial Pons. 2014. Pp. 712-714)

De lo expuesto, queda claro entonces que el principio de protección *telle quelle* contenido en el artículo 6 quinquies A.1 del CUP, no es irrestricto, todo lo contrario, en los apartados B y C de esta misma norma se establecen las limitaciones a esta vía especial de registro que, con relativa facilidad, permite que las marcas inscritas originalmente en un país unionista sean registradas en otros países de la Unión.

Dentro de estas limitaciones resultan de importancia para el caso bajo estudio las relativas a que la marca solicitada esté **desprovista de todo carácter distintivo** o que esté **formada exclusivamente por signos o indicaciones que puedan servir para designar la especie, la calidad o el destino de los productos a proteger**.

III.- SOBRE EL CASO CONCRETO. Una vez analizado el signo “**Agrospray**” pretendido por **LUCALZA HOLDINGS INC** con relación a los productos expresados en las listas de protección propuestas en las clases 1 y 4, con la limitación que propone la solicitante:

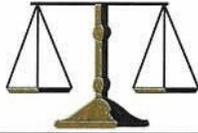


“*productos químicos para la industria, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura, abonos para el suelo, composiciones extintoras, productos químicos para conservar alimentos*” y “*aceites y grasas para uso industrial, lubricantes, productos para absorber, rociar y asentar el polvo*”, considera este órgano de Alzada que, aunque con esa limitación se elimina el engaño para la clase 1, respecto de la clase 4 no, ya que el elemento denominativo refiere en forma directa a productos para el agro, siendo que esos *aceites y grasas, lubricantes, productos para absorber, rociar y asentar el polvo* no necesariamente son para uso en el agro, con lo que se produce un eventual engaño.

De este modo, aplicando lo indicado por Otamendi respecto del engaño: de admitirse la marca bajo estudio, se hará creer al público consumidor que se refiere a productos que tienen determinadas características, en este caso para uso en el agro y de aplicación en spray, lo cual no necesariamente es cierto y por ello **deviene en engañosa**.

Sin embargo, aun tomando en cuenta esa limitación del objeto de protección, para ambas clases siempre se aplica el inciso g) del artículo 7 de la Ley de Marcas, por cuanto el signo propuesto refiere únicamente a la forma de presentación del producto y por ello carece de la distintividad necesaria para acceder a su registración, ya que no contiene ningún término que le aporte alguna distintividad y por eso no es susceptible de registro. Dado lo anterior, no es de recibo el alegato del recurrente en este sentido.

Respecto de los otros agravios esgrimidos por el apelante, indica que su marca permite distinguir sus bienes de los de terceros, no obstante, se advierte que el Registro funda su rechazo no en motivos extrínsecos; es decir, por similitud con otros registros; sino por razones intrínsecas. Agrega el apelante que el signo que solicita debe analizarse en conjunto y no en forma separada, ya que el consumidor no se detiene a diseccionarlos en partes ni a apreciarlos en esa forma. Sin embargo, observa este Tribunal que, al hacer el análisis éste refiere en forma inmediata a que se trata de un *spray para el agro*, que es una forma de presentación del producto y por ello no se



elimina la problemática de falta de distintividad en ambas clases, aunado al engaño que puede generar respecto de lo protegido en la clase 4.

Adicionalmente, considera el recurrente que es errónea la valoración que hizo el Registro respecto del carácter engañoso del término “spray”, ya que la marca solicitada -en algún sentido- es evocativa con respecto del vocablo “agro”, pero éste alude a un concepto dentro del ámbito de la comercialización de los productos a proteger en clases 01 y 04, sin describirlos. En este sentido, advierte este órgano colegiado que las palabras que conforman la marca tienen un significado propio que en la mente del consumidor se entenderá de inmediato, por lo que no se trata de un término de fantasía. Asimismo, es cierto que el engaño se eliminó para la clase 1, pero no para la 4.

Por último, afirma el apelante que, en aplicación de lo dispuesto en el artículo 6 quinquies del Convenio de París, el registro de esta marca en su país de origen sí tiene peso al momento de realizar el estudio de registrabilidad, a pesar del principio de territorialidad. Con relación a este agravio, es importante señalar que las marcas se analizan caso por caso, no constituyendo otros registros fuente primaria para admitirla o denegarla en nuestro país, toda vez que cada caso lleva una calificación independiente que debe estar conforme tanto con el derecho marcario en general como con la legislación nacional.

Asimismo, al analizar el signo de acuerdo a lo desarrollado por Fernández Novoa en la obra citada líneas atrás, es claro que se encuentra dentro de las prohibiciones absolutas establecidas por el apartado B.2 del artículo 6 quinquies del Convenio de París, porque está *desprovisto de todo carácter distintivo* y formado *exclusivamente por signos o indicaciones que pueden servir, en el comercio, para designar la especie, el destino*, y especialmente en este caso: el modo de aplicación del producto, y por ello no es posible acceder a su registro.

Dado lo anterior, no resulta aplicable en este caso la “*cláusula tal cual es*” contenida en el



Convenio de París, porque al relacionar la marca  con los productos para los que ha sido solicitada, se evidencia que carece de distintividad y que, respecto de los productos de la clase 4 resulta engañosa, dado lo cual, lamentablemente violenta lo dispuesto en los incisos g) y j) del artículo 7 de la Ley de Marcas.

Por lo expuesto, considera este Tribunal que los alegatos expresados por la parte interesada no vienen a proporcionar nuevos elementos de análisis, que permitan resolver de manera diferente a como lo hizo el Registro al rechazar la inscripción por motivos intrínsecos y por ello se rechaza el recurso de apelación presentado por la licenciada **María de la Cruz Villanea Villegas** en representación de la empresa **LUCALZA HOLDINGS INC.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 10:31:54 horas del 17 de junio de 2015, la que en este acto se confirma.

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

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, se declara SIN LUGAR el Recurso de Apelación interpuesto por la licenciada **María de la Cruz Villanea Villegas** en representación de la empresa **LUCALZA HOLDINGS INC.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las 10:31:54 horas del 17 de junio de 2015, la cual se confirma denegando el registro del signo “  ”. 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

Leonardo Villavicencio Cedeño

Ilse Mary Díaz Díaz

Jorge Enrique Alvarado Valverde

Guadalupe Ortiz Mora

La que suscribe, Guadalupe Ortiz Mora, en calidad de Presidenta del Tribunal Registral Administrativo, hago constar que la juez Norma Ureña Boza, a pesar de que estuvo presente en la votación de este asunto, no firma la resolución definitiva por encontrarse de vacaciones. Goicoechea 05 de agosto de 2016.-



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

MARCAS INTRÍSECAMENTE INADMISIBLES
TE. Marcas con falta de distintividad
 Marca engañosa
TG. Marcas inadmisibles
TNR. 00.60.55