

Exp. N° 2007-0113-TRA-PI

Oposición a solicitud de la marca de fábrica y comercio “DERBY”

PHILLIP MORRIS PRODUCTS, S. A., Apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente Origen 5402-04)

Marcas y Otros Signos

VOTO 319-2007

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. Goicoechea, al ser las catorce horas del dieciocho de octubre de dos mil siete.

Recurso apelación presentado por la Licenciada Ana Cristina Arroyave Rojas, mayor de edad, casada una vez, abogada, vecina de San José, cédula de identidad número uno- mil ciento ochenta- trescientos treinta y nueve, en su condición de apoderada generalísima sin límite de suma de la sociedad **PHILLIP MORRIS PRODUCTS, S. A.**, cédula de persona jurídica tres-cero doce- trescientos sesenta y siete doscientos ochenta y tres, en contra de la resolución dictada por la Subdirección del Registro de la Propiedad Industrial de las once horas, veinte minutos, del veintiséis de setiembre de dos mil seis.

RESULTANDO

PRIMERO. Que en fecha veintidós de julio de dos mil cuatro, el Licenciado Yuri Herrera Ulate, mayor de edad, casado una vez, abogado, vecino de San José, con cédula de identidad uno- quinientos cincuenta y seis- doscientos setenta y siete, presentó solicitud de inscripción de la marca de comercio “ **DERBY**”, para proteger y distinguir productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas; en clase 05 de la

Nomenclatura Internacional; para la distribución de productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas, en clase 39; y, para la venta de productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas, en clase 35 de la Nomenclatura Internacional.

SEGUNDO. Que previa publicación del edicto de ley, dentro del plazo, mediante memorial presentado el día dos de diciembre de dos mil cinco, la licenciada Kristel Faith Neurohr, mayor, soltera, abogada, vecina de San José, con cédula de identidad uno- mil ciento cuarenta y tres-cuatrocientos cuarenta y siete, como gestora oficiosa, presentó oposición contra la solicitud de registro de la marca “DERBY”, en clases 05, 35 y 39.

TERCERO. Que la solicitante de la marca “DERBY”, se pronunció con relación a la citada oposición, señalando que la marca de su representada pretende proteger productos y servicios que no se relacionan con los protegidos por la marca oponente; que la ley establece que el criterio para determinar la posibilidad de coexistencia de marcas será determinado por los productos y servicios a proteger, siendo que los productos que se pretende proteger es claro que difieren de los protegidos por la oponente.

CUARTO. Que el Registro de la Propiedad Industrial, mediante la resolución dictada a las once horas con veinte minutos del veintiséis de setiembre de dos mil seis, dispuso: “**POR TANTO** / Con base en las razones expuestas y citas de la Ley N° 7978, Ley de Promoción de la Competencia y Defensa Efectiva del Consumidor N° 7472, Convenio de París, Acuerdote los ADPIC, se resuelve: **Se declara sin lugar la oposición interpuesta por el Apoderado de PHILLIP MORRIS PRODUCTS S.A., contra la solicitud de inscripción de la marca DERBY, en clase 5, 39 y 35 presentada por ROTAM COSTA RICA CRI, S.A., la cual se ACOGE. (...). NOTIFÍQUESE**”.

QUINTO. Que inconforme con dicho fallo, la Licenciada Ana Cristina Arroyave Rojas, en representación de la sociedad **PHILLIP MORRIS PRODUCTS, S. A.**, interpuso en su contra *Recurso de Apelación*, reiterando todos los argumentos expuestos en la motivación del escrito de oposición interpuesto.

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

Redacta el Juez Rodríguez Jiménez, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista con tal carácter los siguientes:

- 1.- Que la licenciada Ana Cristina Arroyave Rojas, es apoderada generalísima de la empresa PHILLIP MORRIS PRODUCTS, S. A. (ver folio 143).
- 2.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial consta que a solicitud de la sociedad PHILLIP MORRIS PRODUCTS INC, se encuentran inscritos los siguientes signos distintivos:

- a.- **“DERBY” DISEÑO**, bajo el acta de registro número 72966, desde el 24 de septiembre de 1990 y hasta el 24 de septiembre de 2010, como marca de fábrica en Clase 25 de la nomenclatura internacional, para proteger vestidos. (Ver folio 93).
- b.- **“DERBY CENTURIA”**, bajo el registro número 118874, desde el 10 de marzo de 2000, vigente hasta el 10 de marzo de 2010, como marca en clase 34, para proteger tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 39).
- c.- **“DERBY VEINTIUNO”**, bajo el registro número 118876, desde el 10 de marzo de 2000, vigente hasta el 10 de marzo de 2010, como marca en clase 34; para distinguir y proteger: tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 45).
- d.- **“DERBY DOS MIL”**, bajo el registro número 118875, desde el 10 de marzo de 2000, vigente hasta el 10 de marzo de 2010, como marca en clase 34, para distinguir y proteger: tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 47).
- e.- **“MUSICA DERBY”**, como señal de propaganda, bajo el registro número 206, desde el 20 de noviembre de 1990, para la promoción de cigarrillos. (Ver folio 50).
- f.- **“DERBY, SIMPLEMENTE DERBY”**, como señal de propaganda, bajo el registro número 94, sin fecha, para promocionar tabaco. (Ver folio 52).
- g.- **“DERBY DESPUES DE LA FIESTA (DERBY AFTER PARTY)”**, como señal de propaganda, bajo el registro número 1598, desde el 15 de noviembre de 2000, para promocionar y distinguir tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 56).

h.- “DERBY SENSATIONS”, bajo el registro número 143692 desde el 20 de enero de 2004, vigente hasta el 20 de enero de 2014, como marca en clase 34, para distinguir y proteger tabaco crudo o manufacturado, en particular, cigarros, puros, cigarrillos, tabaco para envolver sus propios cigarros, pipa de tabaco, tabaco para mascar, tabaco de rapé, sustitutos del tabaco (no para propósitos médicos), artículos para fumadores, en particular papel para cigarrillos y pipas, filtros de cigarrillos, cilindros para tabaco, cartuchos para cigarros y ceniceros que no estén confeccionados de metales preciosos, sus aleaciones o abarcados por esto mismo; pipas, aparatos de bolsillo para arrollar cigarrillos, encendedores, fósforos. (Ver folio 68).

i.- “DERBY MILENIO”, bajo el registro número 118877, desde el 10 de marzo de 2000, vigente hasta el 10 de marzo de 2010, como marca en clase 34, para distinguir y proteger tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 70).

j.- “DERBY VIVO (DERBY LIVE)”, bajo el registro número 122868, desde el 15 de noviembre de 2000, vigente hasta el 15 de noviembre de 2010, como marca en clase 34, para distinguir y proteger tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 73).

k.- “DERBY SENSATIONS”, bajo el registro número 142709, desde el 21 de noviembre de 2003, como señal de propaganda, para distinguir y proteger tabaco crudo o manufacturado, en particular, cigarros, puros, cigarrillos, tabaco para envolver sus propios cigarros, pipa de tabaco, tabaco para mascar, tabaco de rapé, sustitutos del tabaco (no para propósitos médicos), artículos para fumadores, en particular papel para cigarrillos y pipas, filtros de cigarrillos, cilindros para tabaco, cartuchos para cigarros y ceniceros que no estén confeccionados de metales preciosos, sus aleaciones o abarcados por esto mismo; pipas, aparatos de bolsillo para arrollar cigarrillos, encendedores, fósforos. (Ver folio 82).

l.- “EXPERIENCIA DERBY (DERBY EXPERIENCE)”, como señal de propaganda, bajo el registro número 1602, desde el 15 de noviembre de 2000, para promocionar y distinguir tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 84).

ll.- “ DERBY VIVO (DERBY LIVE)”, como señal de propaganda, bajo el registro número 1601, desde el 15 de noviembre de 2000, para promocionar y distinguir tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 87).

m.- “DERBY (diseño)”, bajo el registro N° 72966, desde el 24 de septiembre de 1990, vigente hasta el 24 de septiembre de 2010, como marca en clase 25, para proteger y distinguir vestidos. (Ver folio 93).

n.- “DERBY (diseño)”, bajo el registro N° 75920, desde el 25 de junio de 1991, vigente hasta el 25 de junio de 2011, como marca en clase 34, para proteger y distinguir cigarrillos. (Ver folio 96).

ñ.- “DERBY (diseño)”, bajo el registro N° 125507, desde el 23 de abril de 2001, vigente hasta el 23 de abril de 2011, como marca en clase 34, para proteger y distinguir tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco. (Ver folio 99).

o.- “DERBY (diseño)”, bajo el registro N° 75944, desde el 25 de junio de 1991, vigente hasta el 25 de junio de 2011, como marca en clase 34, para proteger y distinguir cigarrillos. (Ver folio 102).

p.- “DERBY (diseño)”, bajo el registro N° 75921, desde el 25 de junio de 1991, vigente hasta el 25 de junio de 2011, como marca en clase 34, para proteger y distinguir cigarrillos. (Ver folio 105).

q.- “DERBY (diseño)”, bajo el registro N° 75943, desde el 25 de junio de 1991, vigente hasta el 25 de junio de 2011, como marca en clase 34, para proteger y distinguir cigarrillos. (Ver folio 108).

r.- “DERBY MUSICA ES LA MUSICA (DISEÑO)”, como señal de propaganda, bajo el registro número 247, desde el 07 de agosto de 1991, para la promoción de cigarrillos. (Ver folio 111).

3.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial consta también que el signo “**DERBY**” aparece inscrito a nombre de:

a.- ALIMENTOS ESPECIALES (COSTA RICA), S.A., bajo el registro N° 122845, desde 15 de noviembre de 2000, vigente hasta el 15 de noviembre de 2010, como marca en el clase 32, para proteger mezclas para preparar bebidas, bebidas no alcohólicas, jarabes y otros preparados para hacer bebidas. (Ver folio 160).

b.- EL GALLITO INDUSTRIAL, S.A., bajo el registro N° 122844, desde 15 de noviembre de 2000, vigente hasta el 15 de noviembre de 2010, como marca en clase 30, para proteger todo tipo de cacao en polvo, confites, chocolates, bombones, galletas, sorbetos, caramelos, goma de mascar, helados y golosinas. (Ver folio 161).

c.- SOLLA, S.A., bajo el registro N° 142013, desde 9 de octubre de 2003, vigente hasta el 9 de octubre de 2013, como marca en clase 31, para proteger sustancias para la alimentación de animales. (Ver folio 162).

4.- Que el edicto de la marca “DERBY” fue publicado en el Diario Oficial La Gaceta números 191, 192 y 193 los días 5, 6 y 7 de octubre de 2005. (Ver folio 1).

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal enlista con tal carácter el siguiente: Que la marca “**DERBY**”, propiedad de Philip Morris Products, S.A., sea famosa y notoria. (En el expediente no consta prueba que así lo demuestre).

TERCERO. EN CUANTO A LA AUDIENCIA. Este Tribunal, mediante resolución de las once horas con quince minutos del veintiuno de agosto de dos mil siete, confirió audiencia a la empresa recurrente, para que presentara alegatos y pruebas de descargo (folio 164), a la cual se apersonó mediante escrito de fecha 7 de setiembre de 2007 el Licenciado Manuel Enrique Lizano Pacheco, como apoderado generalísimo sin límite de suma de la empresa Phillip Morris Products, S. A.; no obstante, lo manifestado en dicho memorial no será atendido por este Tribunal, toda vez que el señor Lizano Pacheco, a pesar de que indicó en el escrito relacionado que adjuntaba certificación de personería, lo cierto es que no lo hizo, por lo que no puede tenerse como acreditada su legitimación para actuar en nombre de la citada empresa.

CUARTO. SOBRE LA RESOLUCION APELADA Y LOS AGRAVIOS DEL APELANTE. El señor Yuri Herrera Ulate, mayor, casado una vez, abogado, cédula de identidad 1-556-277, en representación de ROTAM COSTA RICA CRI SOCIEDAD ANONIMA, formuló la solicitud de inscripción de la marca de comercio “**DERBY**”, en **Clases 05, 35 y 39** de la nomenclatura internacional, para proteger y distinguir, por su orden,

productos de la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas; venta de productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas; y, distribución de productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas. Habiéndosele dado curso a la solicitud, dentro del plazo de ley la Licenciada Kristel Faith Neurohr, como gestora oficiosa de Philip Morris Products, S.A., formuló oposición al registro de la citada marca, alegando, que la marca “**DERBY**” de su representada es una marca famosa y notoria a nivel nacional, que a lo largo de los años ha sido utilizada para la venta y comercialización de cigarillos y productos relacionados, siendo que cualquier consumidor la relacionará con los productos de su representada; además, que el prestigio e imagen que tanto ha costado a su representada adquirir, se podría ver gravemente perjudicado al existir una marca similar que sea registrada a nombre de otra compañía, por lo que, el Registro no deberá registrar marcas semejantes a una marca notoriamente conocida. Por su parte, el Registro de la Propiedad Industrial consideró que la coexistencia registral de ambas marcas no perjudicaría a los consumidores ni a la empresa, al tratarse de productos distintos, los de la marca solicitada van dirigidos a los animales y son expedidos en comercios de esa naturaleza que son muy diferentes a los comercios donde se puedan adquirir los productos de la empresa oponente, por lo que afirmó que no existe conexión ni riesgo de confusión entre cigarros y productos para la destrucción de animales; que es criterio doctrinal y jurisprudencial que si la marca no es para los mismos productos el grado de confusión disminuye ya que el público consumidor es diferente y no se verá expuesto a confundirlos ya que, no los verá dentro del mismo tipo de establecimiento comercial, y al no encontrar riesgo de confusión entre ellos, rechazó la oposición y acogió la solicitud de inscripción presentada. Inconforme con dicha resolución, la licenciada Ana Cristina Arroyave Rojas, en representación de la empresa Philip Morris Products, S.A., interpuso recurso de revocatoria con apelación en subsidio, reiterando lo alegado en el escrito de oposición.

QUINTO. SOBRE EL RIESGO DE CONFUSION Y EL PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD. En relación con el riesgo de confusión en el ámbito marcario, el registro de un signo distintivo, debe tener la aptitud necesaria para no suscitar un conflicto marcario, que resalta cuando entre dos o más signos, se presentan similitudes haciendo así surgir el riesgo de confusión, que es precisamente lo que normativa marcaria pretende evitar.

En ese sentido, el artículo 24 del Reglamento de la Ley de Marcas y otros Signos Distintivos, que es Decreto Ejecutivo 30233-J de 20 de febrero de 2002, contiene las reglas que registralmente permiten calificar las similitudes y diferencias entre marcas, centrándose entre otros, en aspectos tales como el examen global de los signos en conflictos atendiendo a su impresión gráfica, fonética y/o ideológica; al modo y la forma en que normalmente se venden los productos o se prestan los servicios o se presentan al consumidor; o a la coincidencia de vocablos en su conjunto.

En lo de interés al caso particular, dicho artículo en su inciso e) dispone: *“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;...”*. Las reglas ahí establecidas persiguen evitar la confusión del consumidor al momento de elegir sus productos o servicios, y, por otro, el hacer prevalecer los derechos fundamentales del titular de una marca registrada, que consisten en impedir que terceros utilicen su marca o una marca similar para los bienes o servicios idénticos o similares a los registrados para su marca, cuando el uso dé lugar a la

posibilidad de confusión (artículo 25 Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, No. 7978 de 6 de enero de 2000 y sus reformas).

El inciso e) del citado artículo en relación con el artículo 25 de la Ley de Marcas, y además, el artículo 16.1 del Acuerdo Sobre los Aspectos de los Derechos de Propiedad Intelectual Relacionados con el Comercio, denominado “ADPIC”, que establece: “*En el caso de que se use un signo idéntico para bienes o servicios idénticos, se presumirá que existe probabilidad de confusión.*”, refieren al principio de especialidad en derecho marcario. Este principio debe ser entendido como el que rige el registro de los signos distintivos, según el cual, un signo distintivo solo se confiere para proteger exclusivamente los productos o servicios del correspondiente registro, siendo excepción, en casos de oposición, las marcas que distinguen productos o servicios relacionados, incluso en clases diferentes a la del registro, o cuando se aduce la notoriedad que caracterice a un signo distintivo del opositor.

Este principio, como lo establecen los artículos citados, además del 8 de la Ley, es aceptado por nuestra legislación, siendo coincidentes en enunciar que, la prohibición se refiere a signos que sean idénticos o similares, para los mismos productos o servicios u otros relacionados, de forma que puedan inducir al público a error, respecto a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero. Así, bajo tal principio, pueden registrarse signos idénticos o similares, pero siempre que amparen productos o servicios diferentes o no relacionados y, siempre y cuando, no conduzcan al público a error.

En el caso concreto, al estarse ante signos idénticos en su denominación, para determinar la confundibilidad entre ellos, ha de considerarse al respecto el principio de especialidad, el cual es considerado característico del Derecho de signos distintivos ya que: “*La marca se concede como derecho de exclusiva sobre un signo en relación con un determinado producto o servicio, que es el que la marca distingue. De este modo, pueden coexistir legalmente en el*

tráfico económico o en el Registro signos idénticos pertenecientes a titulares distintos siempre que los productos o servicios que distingan no sean susceptibles de confusión. (LOBATO, Manuel, Comentario a la Ley 17/2001 de Marcas, Civitas Editores, España, p. 153).

SEXTO. Consecuentemente, esta Instancia considera que los agravios esgrimidos por el representante de la empresa **PHILLIP MORRIS PRODUCTS, SOCIEDAD ANÓNIMA**, no son de recibo, toda vez que la marca que se solicita inscribir en el presente asunto pretende proteger y distinguir productos en clase 5 de la nomenclatura internacional, a saber, para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas, así como dos marcas de servicio, en clases 35 y 39 para la distribución de dichos productos, y la marca inscrita distingue cigarrillos y productos relacionados. En este sentido, los productos que pretenden distinguirse con la marca “DERBY”, considera este Tribunal, no pueden confundirse con los de la marca debidamente inscrita, ya que confrontados, puede concluirse que son dispares, pertenecen a diferentes clases de la Nomenclatura Internacional y no pueden considerarse coincidentes en sus ingredientes, son aplicables a diferentes finalidades y no son comercialmente afines por cuanto no se venden en los mismos establecimientos. En este caso, las diferencias de productos que se pueden establecer, conllevan a estimar que las marcas a pesar de que mantienen la misma denominación, pueden pacíficamente coexistir, pues los productos que se amparan y pretenden distinguirse resultan opuestos en su naturaleza y fines, lo que conlleva a descartar la posibilidad de confusión o asociación en el consumidor que los solicite. Si bien, los canales de distribución de los productos pueden cambiar, en el caso de estudio, es claro, que no pueden concurrir en los mismos centros de venta al público, toda vez que no estamos frente a productos afines por ningún punto, lo cual anula el riesgo de confusión o de asociación, ya que no se vislumbra posibilidad alguna que el consumidor, aunque se encuentre frente a la misma denominación, pueda interpretar que existe conexión entre los titulares de ambas marcas, ni tampoco que pueda ser inducido a error acerca de la

misma procedencia empresarial de los productos, por ende, no existe conexión entre los productos designados por la marca inscrita y los de la marca solicitada.

SETIMO. Por otra parte, destaca la sociedad apelante respecto de su marca inscrita, que es notoria y famosa a nivel nacional, aportando las copias de anuncios y vallas publicitarias, además de certificaciones de marcas de producto, de servicio y señales de propaganda registradas; sin embargo, tales hechos no pueden admitirse para darse como notoria y famosa una marca y conceder lo peticionado.

Conforme el artículo 2º de la Ley de Marcas citada, marca notoriamente conocida es el: *”...Signo o combinación de signos que se conoce en el comercio internacional, el sector pertinente del público, o los círculos empresariales”*, circunstancia que no fue debidamente acreditada por la apelante, quien debió demostrar la incorporación de la marca en el mercado nacional, por lo que no se puede considerar que haya obtenido un reconocimiento consolidado por el sector pertinente del público, tal como lo prevén los artículos 45 de la citada Ley de Marcas y el 31 del Reglamento a esa Ley. A mayor abundamiento, se debe indicar, que el solo hecho de tener una marca inscrita en múltiples registros por sí no le da notoriedad al signo, pues como ya se indicó, es necesario el reconocimiento por parte del público, prueba que precisamente ha estado ausente en este expediente.

Bajo esa concepción, estima este Tribunal que debe rechazarse tal argumentación, toda vez que no se aportó al expediente prueba idónea acerca de la extensión del conocimiento de la marca por parte del consumidor que fundamentara la presunta notoriedad y fama que se alegó, marca que incluso, se encuentra inscrita a favor de otros interesados en diversas clases, conforme se demuestra con la enunciación a que se refiere el hecho probado tercero.

OCTAVO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Conforme a las consideraciones, citas normativas y de doctrina que anteceden, puede concluirse, que entre el signo solicitado “**DERBY**” para proteger productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas, en clase 05 de la Nomenclatura Internacional; para la distribución de productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas, en clase 39; y, para la venta de productos para la destrucción de animales dañinos, fungicidas, pesticidas, insecticidas y herbicidas, en clase 35 de la Nomenclatura Internacional, y la marca inscrita “**DERBY**” para proteger y distinguir tabaco, cigarrillos y otros artículos de tabaco, en clase 34; vestidos en clase 25 y como señal de propaganda para promoción de cigarrillos, de conformidad con el principio de especialidad, no se evidencia la posibilidad de un riesgo de confusión, toda vez que los productos que pretenden ampararse pertenecen a diferentes clases, son distintos en su naturaleza y fines y tienen diferentes canales de distribución, por lo que este Tribunal concuerda con el a-quo en su disposición de declarar sin lugar la oposición interpuesta por el representante de PHILIPS MORRIS PRODUCTS, S.A. y acoger la solicitud de registro presentada, siendo procedente por ende, declarar sin lugar el recurso de apelación planteado por la Licenciada Ana Cristina Arroyave Rojas, en la condición mencionada, contra la resolución dictada por la Subdirección del Registro de la Propiedad Industrial a las once horas, veinte minutos, del veintiséis de setiembre de dos mil seis, la cual en este acto se confirma.

NOVENO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VIA ADMINISTRATIVA. Por no existir ulterior recurso contra esta resolución, de conformidad con el artículo 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, doctrina y citas legales invocadas, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la Licenciada Ana Cristina Arroyave Rojas, en su condición de apoderada generalísima sin límite de suma de la sociedad **PHILIP MORRIS PRODUCTS SOCIEDAD ANONIMA**, en contra de la resolución dictada por la Subdirección del Registro de la Propiedad Industrial a las once horas, veinte minutos, del veintiséis de setiembre de dos mil seis, la cual en este acto se confirma. Se da por agotada la vía administrativa. Previa constancia y copia de esta resolución que se dejarán en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la Oficina de origen. **NOTIFÍQUESE.**

M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora

Lic. Luis Jiménez Sancho

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez

M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde

M.Sc. Priscilla Loretto Soto Arias



DESCRIPTORES:

REQUISITOS DE INSCRIPCION DE LA MARCA

TRAMITE DE SOLICITUD DE INSCRIPCION DE LA MARCA

PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD