



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente No. 2009-0353-TRA-PI

Oposición a inscripción de la marca de comercio “BLEACH CLORO-IREX”

THE CLOROX COMPANY., apelante

Registro de la Propiedad Industrial (expediente de origen N°2006-2036)

Marcas y Otros Signos

VOTO N° 857-2009

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

Recurso de apelación interpuesto por el Licenciado **Harry Zurcher Blen**, mayor, casado, abogado, vecino de San José, titular de la cédula número uno-cuatrocientos quince- mil ciento ochenta y cuatro, en su condición de apoderado de la empresa **THE CLOROX COMPANY**, con domicilio en 1221 Broadway, Oakland, California 94612, Estados Unidos de América, contra la Resolución dictada por la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, a las diez horas, treinta y ocho minutos nueve segundos del veintiuno de enero de dos mil nueve.

RESULTANDO

PRIMERO: Que mediante solicitud presentada por el señor Ricardo Amador Céspedes, mayor, casado una vez, empresario, vecino de Curridabat, titular de la cedula de identidad número uno-ciento cuarenta y cuatro-ochocientos setenta y nueve, el día nueve de marzo del dos mil seis, ante el Registro de la Propiedad Industrial, visible a folio uno del expediente administrativo levantado al efecto, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de la empresa **IREX INTERNACIONAL S.A**, sociedad constituida bajo las leyes de la



República de Panamá, con establecimiento administrativo y comercial situado en Ciudad Panamá, formuló la solicitud de inscripción de la marca de comercio “**BLEACH CLORO IREX**” en **clase 3** de la Nomenclatura Internacional, para proteger y distinguir, preparaciones para blanquear y otras sustancias para colar; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y pulimentar; cloro, jabones en barra, en cilindro, lavaplatos.

SEGUNDO: Que mediante escrito presentado por el apoderado de la empresa **THE CLOROX COMPANY**, visible a folios 17 a 21 del expediente administrativo, interpone oposición en contra de la solicitud de registro presentada por el señor Ricardo Amador Céspedes, argumentando que su representada tiene inscritas varias marcas en clase 03, a las cuales el distintivo solicitado puede causarles riesgo de confusión y asociación empresarial.

CUARTO: La Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, mediante la Resolución dictada a las diez horas treinta y ocho minutos nueve segundos del veintiuno de enero de dos mil nueve, visible a folios 59 a 73, del expediente administrativo, resolvió declarar sin lugar la oposición interpuesta por el apoderado de **THE CLOROX COMPANY**, contra la solicitud de inscripción de la marca “**BLEACH CLORO IREX**”, en clase 3 de la Nomenclatura Internacional.

QUINTO: Que inconforme con dicho fallo, el Licenciado **Harry Zurcher Blen**, en representación de la sociedad **THE CLOROX COMPANY**, interpuso, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial, el siete de agosto de dos mil siete, recurso de apelación, solicitando se declare con lugar la oposición planteada, y se proceda a rechazar el registro de la marca “**BLEACH CLORO IREX**”, en clase 03, solicitada por **IREX INTERNACIONAL S.A.**

QUINTO: 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 Durán Abarca, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO: EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS.

SEGUNDO: EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista los siguientes:

I. Que en el Registro de la Propiedad Industrial se encuentran inscritas las siguientes marcas a favor de **THE CLOROX COMPANY**: (Ver folios 90 al 101 del expediente administrativo, venido en alzada)

1-La marca **CLOROX OXIATIVA** en clase 3 internacional para proteger limpiadores para el hogar y blanqueadores para lavandería.

2- La marca **“LIQUID BLEACH CLOROX CLEANSER CERMICIDE”** en clase 3 internacional para proteger compuestos blanqueadores y detergentes.

3- La marca **“CLOROX BLEACH DESINFECTANT**, en clase 3 internacional, para proteger blanqueador quitamanchas.

4 .La marca” **CLOROX 2”**, en clase 3 internacional para proteger decolorantes, detergentes, blanqueadores, limpiadores, limpiadores desinfectantes, removedores de manchas.

5-La marca **“CLOROX”**, en clase 3 internacional para proteger preparaciones para blanquear, y otras sustancias para la colada, preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar, jabones, perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello, dentríficos.



6-La marca “CLOROX AZULEJOS”, en clase 3 internacional para proteger limpiadores, removedores de manchas de moho, jabón para remover manchas, blanqueadores, detergentes, todos estos productos para azulejos.

7- La marca “CLORINDA”, en clase 3 internacional, para proteger Blanqueadores, detergentes, limpiadores para el hogar removedores para desagües o tuberías, pulidores, cera para el piso y otros productos.

TERCERO: EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. No existen hechos no probados para la resolución de este asunto.

CUARTO: SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. ACERCA DE LA RESOLUCIÓN APELADA Y LOS ARGUMENTOS ESGRIMIDOS POR LA PARTE APELANTE. En el caso concreto, la Dirección del Registro de la Propiedad Industrial, declara sin lugar la oposición planteada, ello por cuanto en el Considerando Tercero de la resolución venida en alzada, establece que en el presente caso, el oponente fundamenta su oposición partiendo de que el signo solicitado cuenta con el elemento común, genérico y denominativo sea “CLORO”, elemento que no está protegido por el registro, por razones obvias, primero porque es el genérico del producto (cloro blanqueador) y segundo porque la ley no prevé tal protección, cuando se está en presencia de marcas complejas, y que por esa razón, no es procedente el cotejo de “**BLEACH CLORO IREX**” con “**CLOROX** “, pues se debe entender que la marca solicitada es **IREX (DISEÑO)** como marca compleja donde no se protegen los términos de uso común o genérico, en este caso “**CLORO Y BLEACH.**”

Que mediante memorial presentado por el apoderado especial de la empresa **THE CLOROX COMPANY**, interpone oposición en contra de la solicitud de registro presentada por el señor Ricardo Amador Céspedes, en su condición de apoderado generalísimo sin límite de suma de la empresa **IREX INTERNACIONAL S.A**, argumentando que se debe hacer un análisis de forma más estricta y rigurosa, ya que las marcas distinguen y protegen productos de la misma



clase, y son productos que pueden resultar perjudiciales para la salud, sino se utilizan en el modo adecuado y bajo las condiciones y características que sugiere cada producto. Que existe además similitud gráfica y fonética en cuanto estos dos signos, siendo una de las principales características que la marca de su representada es la letra X, la cual antecedida de la palabra CLORO forma una sola pronunciación **CLOROX**, siendo que este signo muestra notoriamente la unión de dos términos, y por lo tanto al querer la empresa IREX Int, registrar una marca como **CLORO IREX**, a simple vista parece que la marca inscrita de su representada es una derivación de la marca en mención.

Por su parte, los alegatos sostenidos por el representante de la empresa recurrente, señala que su representada, tiene inscrita la marca **IREX** diseño en clase 3, en el Registro de la Propiedad Industrial, y que su oponente **CLOROX**, no lleva razón al indicar que el consumidor será confundido, considerando que es producido por ellos, que no existe tal confusión, que la marca **IREX**, es prominentemente una marca relacionada con el público consumidor. Adicionalmente la opositora a pesar de tener productos en dicha clase, no comercializa bajo su marca **CLOROX**, en nuestro país el producto para blanquear conocido popularmente como “cloro”, tiene desinfectantes, quita manchas y otros, pero no el producto que su representada tiene años de comercializar.

QUINTO: EN CUANTO AL RIESGO DE CONFUSIÓN. Para que prospere el registro de un signo distintivo, debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que es cuando entre dos o más signos, se presentan similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos, sea de carácter visual, auditivo o ideológico. La confusión visual es causada por la identidad o similitud de los signos, sean éstos palabras, frases, dibujos, etiquetas o cualquier otro, y esto por su simple observación, es decir, por la manera en que se percibe el signo. La confusión auditiva se da cuando la pronunciación de las palabras tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta o no. Y la confusión ideológica es la que se deriva del mismo o parecido contenido conceptual de



los signos, o mejor aún, cuando las palabras comprendidas en los signos contrapuestos significan conceptualmente lo mismo; esta confusión surge cuando la representación o evocación a una misma o semejante cosa, característica o idea, en los tales signos, puede impedir, o impide, al consumidor, distinguir a uno de otro.

En términos generales, para determinar el riesgo de confusión entre dos signos, el operador de Derecho primero debe colocarse en el lugar del consumidor presunto, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado en tales signos. Luego, debe atenerse a la impresión de conjunto que despierten ambos signos, sin desmembrarlos; analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro); y tener en consideración las semejanzas y no las diferencias entre los signos en conflicto. De esto se deduce, que el cotejo marcario es el método que debe seguirse para saber si dos signos son confundibles por las eventuales similitudes que hubiere entre ellos. Desde esta perspectiva cabe resumir, entonces, que el **cotejo marcario** se integra por el derecho del titular de un signo a la individualización de su producto o servicio, y por el innegable derecho del consumidor a no ser confundido.

La normativa marcaria es muy clara al negar la registración de un signo y por ende, otorgarle la protección que tal registro conlleva, cuando la marca solicitada sea similar a otra anterior perteneciente a un tercero que genere en los consumidores un riesgo de confusión en cuanto al origen empresarial de los productos o servicios, ello de conformidad con el artículo 8^a inciso a) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos. Como puede observarse, el contenido de la norma citada, es clara, en el sentido, de que no es registrable un signo cuando sea idéntico o semejante con otro ya inscrito, y que los productos que uno y otro distinguan sean también idénticos o semejantes, toda vez que la misión de la marca está dirigida a distinguir productos o servicios de otros, haciendo posible que el consumidor los diferencie sin que se confunda. Consecuentemente, el Registro de la Propiedad Industrial resguarda los derechos del titular desde el instante en que le otorga el registro de la marca, y aún antes, cuando está en trámite,



así, como el derecho exclusivo a los productos o servicios protegidos con ese signo.

La emisión de un criterio que afirme o niegue la identidad y/o similitud entre dos signos distintivos, debe de basarse en un estudio del conjunto de los elementos que conformen a ambos signos, y siempre debe tener como norte el establecer la posibilidad o no de que se dé confusión en el público consumidor, ya que el riesgo de confusión se produce, en principio, cuando dos signos, por diferentes motivos, se confunden, perjudicando tanto al consumidor como al comerciante, pudiéndose producir ese riesgo en tres campos: el visual; el auditivo y el ideológico, y ello por las eventuales similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, respectivamente.

SEXTO: COTEJO DE LA MARCAS ENFRENTADAS. El registro de un signo distintivo debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que resulta cuando entre dos o más signos se presentan similitudes fonéticas, gráficas o ideológicas, originando así un riesgo de confusión, de forma que, al realizar el cotejo gráfico, se verifican las similitudes que pueden provocar una confusión visual, tales como las semejanzas ortográficas o las gráficas; con el cotejo fonético, se verifican las similitudes auditivas y, con el cotejo ideológico, se tiene en consideración el significado intrínseco de las palabras. Al respecto, el tratadista Manuel Lobato, trata el cotejo marcario, de la siguiente manera:

“La semejanza fonética se centra en el parecido de los signos enfrentados en cuanto a su expresión verbal...La semejanza gráfica se refiere a la expresión visual de los signos y la semejanza conceptual se asocia al parecido que suscitan los signos en cuanto a las connotaciones que suponen” (LOBATO, Manuel, **Comentarios a la Ley 17/2001 de Marcas, Primera Edición, CIVITAS Ediciones, España, 2001, pág. 282**).

Ahora bien, es importante tomar en cuenta en estos casos de eventual similitud entre signos, la



relación existente entre estos y los productos que protegen; esto pues cuando los **signos** sean idénticos o muy semejantes mayor deberá ser la diferenciación exigible entre productos y servicios a los que se aplican, de igual manera cuando los **productos** sean idénticos o muy semejantes mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados.

En este cotejo entre signos y productos, un factor importante más no determinante es la aplicación del Arreglo de Niza relativo a la Clasificación Internacional de Productos y Servicios, mediante el cual puede evaluarse si los signos cotejados no solo enfrentan semejanzas de índole gráfico, fonético o ideológico entre si, sino que además, pueden ser signos que a su vez protejan o pretendan proteger productos o servicios que una vez puestos en el mercado, estén relacionados por alguna situación propia de la ubicación de los productos o servicios dentro del mercado.

En aplicación de lo anterior, el hecho de que los productos o servicios cotejados formen parte de una misma clasificación del nomenclátor internacional, es solamente un indicio de que existe una posibilidad de confusión entre los signos enfrentados; no obstante, tal estudio no concluye hasta tanto no se realice una evaluación más profunda en la que se excluya la posible relación entre productos o servicios entre otras razones: por ser productos o servicios cuyos canales de comercialización o distribución sean compartidos; por ser productos o servicios complementarios, sustitutos o de uso conjunto; por ser productos o servicios que van dirigidos al mismo sector pertinente de consumidores; todos criterios que en cada caso deben ser analizados según el mercado o sector del mismo dentro del cual se aplican.

El anterior planteamiento tiene sustento jurídico en el artículo 24 del Reglamento de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo No. 30233-J del 20 de febrero de 2002, que dispone:



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:

*a) Los signos en conflicto deben examinarse en base de la **impresión gráfica, fonética y/o ideológica** que producen en su conjunto, como si el examinador o el juzgador estuviese en la situación del consumidor normal del producto o servicio de que se trate. b) En caso de marcas que tienen radicales genéricos o de uso común, el examen comparativo debe hacerse con énfasis en los elementos no genéricos o distintivos;*

c) Debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos;

*d) Los signos deben examinarse en el **modo y la forma en que normalmente se venden los productos**, se prestan los servicios o se presentan al consumidor, tomando en cuenta canales de distribución, puestos de venta y tipo de consumidor a que van destinados;*

*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... ”*

(lo destacado en negrilla no es del texto original).

En razón de lo expuesto, debe la mayoría de este Tribunal aplicar los elementos antes apuntados, para poder cotejar si entre los signos que a continuación se detallan existe identidad o similitud entre ellos:



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

SIGNOS INSCRITOS

TITULAR “THE CLOROX COMPANY “

REGISTRO N° 18796



Clase 03 Internacional: Compuestos, blanqueadores y detergentes

REGISTRO N°147794



Clase 03 Internacional: Preparaciones para blanquear y otras sustancias para la colada; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones para el cabello; dentríficos,

REGISTRO N° 25663



Clase 3 Internacional: Blanqueador quitamanchas.



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO

REGISTRO N°139630

MARCA “CLOROX OXIATIVA”

Clase 03 Internacional. Limpiadores para el Hogar y blanqueadores para lavandería.

REGISTRO N° 141732

MARCA “CLOROX 2”

Clase 03 Internacional. Decolorantes, detergentes, blanqueadores, limpiadores, limpiadores desinfectantes, removedores de manchas.

REGISTRO N° 99613

MARCA “CLOROX AZULEJOS”

Clase 03 Internacional. Limpiadores, removedores de manchas de moho, jabón para remover manchas, blanqueadores, detergentes, todos estos productos para azulejos.

REGISTRO N°102455

MARCA “CLORINDA”

Clase 03 Internacional. Blanqueadores, detergentes, limpiadores para el hogar, removedores para desagües o tuberías, pulidores, cera para el piso y otros productos.

SIGNO SOLICITADO

Clase 03:



Para proteger y distinguir Preparaciones para blanquear y otras sustancias para colar, preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y pulimentar; cloro, jabones en barra en cilindro, lavaplatos.



Así las cosas, en el presente caso, este Tribunal considera que las marcas enfrentadas son mixtas, por cuanto están compuestas por un grupo de letras, colores y un diseño, la titular de las marcas descritas **THE CLOROX COMPANY**, tiene varias de sus marcas inscritas, en las cuales sobresale el nombre “**CLOROX**”, en el presente caso el oponente fundamenta su oposición partiendo de que el signo solicitado cuenta con un elemento, común, genérico y denominativo, sea “**CLORO**”, elemento que no está protegido por el Registro, toda vez que estamos en presencia de término genérico del producto (cloro blanqueador) y segundo porque la ley no prevé tal protección , cuando estamos en presencia de marcas genéricas.

Al respecto el artículo 28 de la Ley de marcas estipula lo siguiente:

“Artículo 28. **Elementos no protegidos en marcas complejas.** Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, **la protección no se extenderá a los elementos contenidos en ella que sean de uso común o necesario en el comercio**” (Lo resaltado en negrita no corresponde a su original).

Conforme lo indicado, no es posible el cotejo de “**BLEACH CLORO IREX** con **CLOROX**, pues se debe entender que la marca solicitada **IREX (DISEÑO)** como marca compleja donde no se protegen los términos de uso común o genérico, en este caso **CLORO y BLEACH**

Por otra parte, resulta de relevancia citar lo estipulado en el artículo 7 párrafo último, de la Ley de Marcas el cual señala en lo que interesa lo siguiente:

Artículo 7.-Marcas inadmisibles por razones intrínsecas. No podrá ser registrado como marca un signo que consista en alguno de los siguientes:

“(…) Cuando la marca consista en una etiqueta u otro signo compuesto por un conjunto de elementos, y en ella se exprese el nombre de un producto o servicio, el registro solo será acordado para este producto o servicio.



Debe tenerse presente que el signo es una etiqueta, en donde no resultan protegidos los elementos de uso común, en este caso la palabra “**BLEACH** “ (blanqueador) y “**COLORO**”.

Sin embargo el elemento más relevante de la marca es “**IREX**”, lo cual le da distintividad, junto al diseño que presenta. El oponente de la marca “**COLOROX**”, alega que hay similitud porque se utiliza la palabra “**COLORO**”, pero este agravio no es de recibo, porque la palabra **COLORO** no es susceptible de protección y vista integralmente la marca, hay otros elementos diferenciadores.

Por lo que al aplicar a los signos referidos el cotejo gráfico, vemos que la marca solicitada cuenta con una serie de elementos que generan un grado de aptitud distintiva, además, el empaque en sí mismo con la respectiva denominación “**BLEACH COLORO IREX**” puede subsistir como marca en el comercio, de ahí, que no es factible el riesgo de confusión entre los consumidores, por lo que no resulta de recibo lo señalado por la empresa apelante, cuando destaca en su escrito de apelación, que el consumidor puede incurrir en error, por la semejanza de las marcas en conflicto, y en consecuencia hay riesgo de confusión en el consumidor medio, ello, no es posible, por cuanto como lo indicáramos anteriormente, la marca solicitada es un empaque, el cual introduce un diseño, en el que se incorpora una serie de elementos que permiten su diferenciación en lo concerniente a las marcas inscritas. Como puede apreciarse, la empresa apelante, insiste en el hecho de querer hacer ver a este Tribunal la existencia de una similitud y riesgo de confusión, que para este Tribunal no resultan palpables a la vista de un consumidor promedio de este tipo de productos, ya que las marcas inscritas y la solicitada tienen elementos suficientes que las hace diferentes una de la otra, ello, a pesar de que los signos enfrentados se dedican a la comercialización de productos de la misma clase.

De acuerdo con lo anterior, cabe reiterar, que el inciso e) del artículo 24 del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, dispone: *“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 pueda existir la posibilidad o relación*



entre ellos”, de ahí, que la mayoría de este Tribunal considera, que el consumidor que va adquirir “cloro”, en nuestro mercado costarricense, por lo general se trata de una persona que está informada e incluso bien definida con respecto a la marca que desea adquirir, siendo, que no va a confundir la marca “**BLEACH CLORO IREX**” con las marcas del aquí oponente.

Considera este Tribunal, que en el presente caso, nos enfrentamos a lo que se conoce como una marca débil, en el sentido de que el apelante pretende hacerse del uso exclusivo de un nombre común en el mercado, siendo todos estos elementos alegados como propios o exclusivos, de uso común en el comercio, no así la parte denominativa de cada signo de los cotejados, los cuales son totalmente distintivos, y se enfrentan en el mercado.

De lo anterior, puede apreciarse desde un punto de vista grafico, que los signos cotejados, son en términos ortográficos prácticamente diferentes y en su diseño, por lo que no provocan confusión de índole visual.

Derivado de lo anterior, desde el punto de vista fonético, los signos enfrentados no presentan en sus elementos preponderantes ninguna sonoridad que los asimile.

Así, y siguiendo lo expuesto hasta ahora, tenemos que la marca inscrita y la solicitada van a identificar el producto denominado “**CLORO**”, sin embargo, cabe reiterar que no existen semejanzas, por tanto, su coexistencia en el mercado no lleva a error al público consumidor, ya que cada uno de los signos cuenta con elementos propios que los hacen obtener aptitud distintiva.

SÉTIMO: EN CUANTO A LO QUE DEBE SER RESUELTO. De conformidad con las consideraciones expuestas, citas legales, de doctrina que anteceden, este Tribunal considera que lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Harry Zurcher Blen**, apoderado de la empresa **THE CLOROX COMPANY**, contra la



resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las diez horas, treinta y ocho minutos nueve segundos del veintiuno de enero de dos mil nueve, la cual se confirma.

OCTAVO: 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, y 2° del Reglamento Orgánico y Operativo del Tribunal Registral Administrativo (Decreto Ejecutivo N° 30363-J del 2 de mayo de 2002), se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones, citas normativas y de doctrina que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Harry Zurcher Blen**, apoderado de la empresa **THE CLOROX COMPANY**, contra la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Industrial, a las diez horas, treinta y ocho minutos nueve segundos del veintiuno de enero de dos mil nueve, la cual 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 para lo de su cargo. **NOTIFÍQUESE.-**

Dr. Carlos Manuel Rodríguez Jiménez

M.Sc. Jorge Enrique Alvarado Valverde

Lic. Adolfo Durán Abarca

Lic. Luis Jiménez Sancho

M.Sc. Guadalupe Ortiz Mora