



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

Expediente N° 2015-0446-TRA-PI

Solicitud de registro de la marca de comercio “Hyundai Smart Shift and Drive”

HYUNDAI MOTOR COMPANY, apelante

Registro de la Propiedad Industrial (Expediente de origen número 2014-10462)

Marcas y otros signos

VOTO N° 901-2015

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO.- San José, Costa Rica, al ser las trece horas con cuarenta minutos del diez de noviembre del dos mil quince.

Conoce este Tribunal del recurso de apelación interpuesto por la licenciada **Laura Castro Coto**, mayor, casado una vez, abogada, titular de la cédula de identidad número nueve-cero cero veinticinco-cero setecientos treinta y uno, en su condición de apoderada especial registral de la empresa **HYUNDAI MOTOR COMPANY**, sociedad organizada y existente bajo las leyes de Korea, domiciliada en Heolleung-ro, Seocho-gu Seoul 137-938, República de Korea, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas, treinta y cinco minutos, veintiséis segundos del dos de marzo del dos mil quince.

RESULTANDO

PRIMERO. Que mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el dos de diciembre del dos mil catorce, la licenciada Laura Castro Coto, de calidades y condición dicha al inicio, formuló la solicitud de inscripción de la marca de servicios “**Hyundai Smart Shift and Drive**” para proteger y distinguir “Aparatos de intercomunicación, aparatos de control remoto, aparatos para transmisiones inalámbricas de información acústica, sistemas de transmisión de telecomunicación, aparatos de comunicación para vehículos, transmisiones de



telecomunicaciones, aparatos de comunicación para vehículos, transmisores de telecomunicaciones, aparatos para transmisión de comunicación aparatos portátiles de comunicación, transmisiones de señales electrónicas, aparatos para transmisión de datos, radios de vehículos, receptores para satélites, televisores para carro, aparatos de navegación, para vehículos, computadoras, programas de cómputo, operativos registrados, programas de cómputo registrados, aparatos de procesamiento de datos, software de cómputo para codificación, software para procesar imágenes, gráficos y texto, programas de cómputo para editar imágenes, sonido y video, programas de sistemas operativos, comunicación de computadoras, programas de cómputo descargables (software)”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza.

SEGUNDO. Que el Registro de la Propiedad Industrial, mediante resolución final dictada a las trece horas, treinta y cinco minutos, veintiséis segundos del dos de marzo del dos mil quince, dispuso en lo conducente “ [...] **SE RESUELVE: Rechazar la inscripción de la solicitud presentada** [...] ”

TERCERO. La licenciada Laura Castro Coto, en representación de la empresa **HYUNDAI MOTOR COMPANY**, mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Industrial el veinte de marzo del dos mil quince, interpuso recurso de revocatoria con apelación en subsidio, en contra de la resolución referida, siendo, que el Registro mencionado, mediante resolución de las quince horas, cincuenta y un minutos, ocho segundos del quince de abril del dos mil quince, declara sin lugar el recurso de revocatoria, y mediante resolución de las quince horas, cincuenta y tres minutos, dieciocho segundos del quince de abril del dos mil quince, admite para ante este Tribunal el recurso de apelación, y es por esa circunstancia por la que conoce esta Instancia.

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



Redacta la Juez Ortiz Mora, y;

CONSIDERANDO

PRIMERO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hechos probados los siguientes:

1.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial consta que a nombre de la empresa **HYUNDAI HEAVY INDUSTRIES CO., LTD**, se encuentra inscrita la marca de fábrica y de comercio



bajo el registro número **237136** desde el 31 de julio del 2014, vigente hasta el 31 de julio del 2024, la cual protege y distingue, “Reóstatos, relés eléctricos, coyuntores eléctricos, reactores eléctricos, reguladores de luces de escenario, cajas de conexión, cajas de conexión eléctricas, tableros de conexión, tableros de distribución [electricidad], armarios de distribución [electricidad], cajas de derivación [electricidad], válvulas selenoides [interruptores electromagnéticos, inductores [electricidad, reguladores de voltaje de inducción, inversores [electricidad], bornes [electricidad], transformadores eléctricos, interruptores eléctricos, inducidos [electricidad], resistencias eléctricas, convertidores eléctricos, contactos eléctricos, aparatos para el control de la corriente eléctrica, limitadores de corriente, conectores de líneas eléctricas, bornes de presión [electricidad], protectores de sobretensión, cargadores para baterías eléctricas, interruptores locales (luces de señalización), rectificadores de corriente, conmutadores, tableros de control [electricidad], disyuntores, condensadores eléctricos, cargadores para acumuladores eléctrico, pararrayos, antiparásitos (dispositivos), [electricidad], coyuntores, convertidores, rotativos, acumuladores eléctricos, pilas solares, medidores de kilovatios hora, indicadores de pérdida de electricidad, detectores de medición electromagnéticos, medidores de watts, amperímetros, voltímetros, aparatos de análisis de circuitos, cajas de empalme [electricidad], cajas de bornes, aparatos de comunicación para barcos, luces indicadores para tableros de conexión”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza. (Ver folios 6 y 7).



2.- Que en el Registro de la Propiedad Industrial consta que a nombre de la empresa **HYUNDAI CORPORATION**., se encuentra inscrita bajo el registro número **146090** desde el 23 de marzo del 2004, vigente hasta el 23 de marzo del 2024, la marca de fábrica **HYUNDAI**, la cual protege y distingue, “Televisores (a color, blanco/negro)”, tocadors VCD (tocadores de video en disco compacto), tocadors DVD (tocadiscos versátil digital), DVR (grabadora de video digital), facsímiles M/C, teléfonos móviles, CDMA (acceso múltiple de la división de códigos), GSM (Sistemas globales para el móvil), instrumentos telefónicos, computadoras y equipo periférico, PDP (panel visualizador de plasma), receptores satelitales, monitores, monitor y visualizador TFT-LCD (transistor de película fina-visualizador de cristal líquido), máquinas ATM (máquina de cajero automático), cámaras y cámaras de grabación, tocadors de MP3 (tocador de auto estrato-3 del MPEG) (tocador de disco compacto de audio estrato-3 del MPEG), en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza. (Ver folios 8 y 9).

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con tal naturaleza de importancia para la presente resolución.

TERCERO. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA. En el caso concreto, el Registro de la Propiedad Industrial, en la resolución venida en alzada, resolvió que el signo solicitado resulta inadmisibile por razones intrínsecas, de conformidad con el artículo 7 inciso j) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos porque provoca engaño en relación a los productos que pretende proteger, pero además inadmisibile por derecho de terceros, al provocar confusión al consumidor, de conformidad con el artículo 8 incisos a) y b) de la citada ley.

La representante de la empresa apelante, en su escrito de agravios argumenta que: a) No hay asidero fundamental para negar el registro ya que la palabra cuestionada Smart tiene infinidad de significados donde a la postre será el interesado quien designe lo que quiere entender. b) No tiene por qué la señora Registradora, suponer que su representada Hyundai Motor Company, sea una



compañía abusiva que pretende engañar al consumidor con un registro dudoso. c) No se contempla que Hyundai es una marca “Notoria” conocida mundialmente.

CUARTO. SOBRE EL FONDO. En un primer escenario, analizando la marca desde un punto de vista intrínseco, es de mérito indicar, que en el presente asunto, tenemos que el signo propuesto como marca de comercio “**Hyundai Smart Shift and Drive**”, traducida del idioma inglés al español significa, “**Hyundai cambio y manejo inteligente**”, la cual intenta proteger, “Aparatos de intercomunicación, aparatos de control remoto, aparatos para transmisiones inalámbricas de información acústica, sistemas de transmisión de telecomunicación, aparatos de comunicación para vehículos, transmisiones de telecomunicaciones, aparatos de comunicación para vehículos, transmisores de telecomunicaciones, aparatos para transmisión de comunicación aparatos portátiles de comunicación, transmisiones de señales electrónicas, aparatos para transmisión de datos, radios de vehículos, receptores para satélites, televisores para carro, aparatos de navegación, para vehículos, computadoras, programas de cómputo, operativos registrados, programas de cómputo registrados, aparatos de procesamiento de datos, software de cómputo para codificación, software para procesar imágenes, gráficos y texto, programas de cómputo para editar imágenes, sonido y video, programas de sistemas operativos, comunicación de computadoras, programas de cómputo descargables (software)”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza, siendo que estos productos relacionados con la marca solicitada **no tienen que ver** en absoluto con un sistema de cambio y manejo inteligente. Todos estos productos están relacionados con telecomunicaciones o comunicaciones, lo que hace que exista una contradicción entre el signo solicitado y los productos a proteger, situación que lleva a **engaño** al consumidor.

En razón de lo indicado, este Tribunal concluye que el signo propuesto no es admisible por razones intrínsecas porque incurre en la prohibición del **inciso j) del artículo 7** de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, que establece en lo conducente: “[...] No podrá ser registrado como marca un signo que consista en alguno de los siguientes: [...] j) Pueda causar **engaño** sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las cualidades, la aptitud para el



empleo o el consumo, la cantidad o alguna otra característica del producto o servicio de que se trata”. Por lo que considera este Tribunal que por razones intrínsecas debe **confirmarse** la resolución venida en alzada.

En un segundo escenario, desde la perspectiva extrínseca y atendiendo al criterio que indica el artículo 24 incisos a) del Reglamento a la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, Decreto Ejecutivo N° 30233-J del 20 de Febrero del 2002, respecto a las reglas que registralmente permiten calificar las similitudes y diferencias entre las marcas, tenemos que, en el caso concreto, examinado en su conjunto, la marca de comercio que se pretende registrar “**Hyundai Smart Shift and Drive**” (**Hyundai cambio y manejo inteligente**), para proteger y distinguir “Aparatos de intercomunicación, aparatos de control remoto, aparatos para transmisiones inalámbricas de información acústica, sistemas de transmisión de telecomunicación, aparatos de comunicación para vehículos, transmisiones de telecomunicaciones, aparatos de comunicación para vehículos, transmisores de telecomunicaciones, aparatos para transmisión de comunicación aparatos portátiles de comunicación, transmisiones de señales electrónicas, aparatos para transmisión de datos, radios de vehículos, receptores para satélites, televisores para carro, aparatos de navegación, para vehículos, computadoras, programas de cómputo, operativos registrados, programas de cómputo registrados, aparatos de procesamiento de datos, software de cómputo para codificación, software para procesar imágenes, gráficos y texto, programas de cómputo para editar imágenes, sonido y video, programas de sistemas operativos, comunicación de computadoras, programas de cómputo descargables (software)”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza, es **denominativa** y está conformada por cinco palabras, donde uno de sus elementos, “**Hyundai**” sobresale en el conjunto.

A este signo, el Registro de la Propiedad Industrial le opuso de oficio, la marca de fábrica y de



comercio la cual es **mixta**, protege y distingue, “Reóstatos, relés eléctricos, coyuntores eléctricos, reactores eléctricos, reguladores de luces de escenario, cajas de conexión,



cajas de conexión eléctricas, tableros de conexión, tableros de distribución [electricidad], armarios de distribución [electricidad], cajas de derivación [electricidad], válvulas selenoides [interruptores electromagnéticos, inductores [electricidad, reguladores de voltaje de inducción, inversores [electricidad], bornes [electricidad], transformadores eléctricos, interruptores eléctricos, inducidos [electricidad], resistencias eléctricas, convertidores eléctricos, contactos eléctricos, aparatos para el control de la corriente eléctrica, limitadores de corriente, conectores de líneas eléctricas, bornes de presión [electricidad], protectores de sobretensión, cargadores para baterías eléctricas, interruptores locales (luces de señalización), rectificadores de corriente, conmutadores, tableros de control [electricidad], disyuntores, condensadores eléctricos, cargadores para acumuladores eléctrico, pararrayos, antiparásitos (dispositivos), [electricidad], coyuntores, convertidores, rotativos, acumuladores eléctricos, pilas solares, medidores de kilovatios hora, indicadores de pérdida de electricidad, detectores de medición electromagnéticos, medidores de watts, amperímetros, voltímetros, aparatos de análisis de circuitos, cajas de empalme [electricidad], cajas de bornes, aparatos de comunicación para barcos, luces indicadores para tableros de conexión”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza, propiedad de la empresa **HYUNDAI HEAVY INDUSTRIES CO., LTD.**, (Ver folios 6 y 7), y la marca de fábrica “**HYUNDAI**”, la cual es **denominativa**, protege y distingue, “Televisores (a color, blanco/negro)”, tocadors VCD (tocadores de video en disco compacto), tocadors DVD (tocadiscos versátil digital), DVR (grabadora de video digital), facsímiles M/C, teléfonos móviles, CDMA (acceso múltiple de la división de códigos), GSM (Sistemas globales para el móvil), instrumentos telefónicos, computadoras y equipo periférico, PDP (panel visualizador de plasma), receptores satelitales, monitores, monitor y visualizador TFT-LCD (transistor de película fina-visualizador de cristal líquido), máquinas ATM (máquina de cajero automático), cámaras y cámaras de grabación, tocadors de MP3 (tocador de auto estrato-3 del MPEG) (tocador de disco compacto de audio estrato-3 del MPEG), en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza., propiedad de la empresa **HYUNDAI CORPORATION**. (Ver folios 8 y 9).



Como puede observarse, las tres marcas indicadas, sea la solicitada y las inscritas giran en torno de la palabra **Hyundai**, lo cual puede provocar que el consumidor se confunda y a la vez las asocie bajo un mismo origen empresarial. Los términos “**Smart Shift and Drive**” en la marca propuesta, de acuerdo al artículo 28 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, son vocablos de uso común necesarios dentro del comercio, que vienen en acompañamiento de uno principal que sería el que distingue la marca, y el que le da la individualización necesaria para competir dentro de un comercio sano y transparente. Estos términos devienen en elementos secundarios que no abonan en aspectos positivos para lograr que la marca logre su inscripción.

En este caso **Hyundai** es el término que podría otorgar al signo propuesto la distintividad necesaria para acceder a su registro, sin embargo precisamente ese vocablo es el que distingue las marcas inscritas, por lo que enfrentadas entre sí vienen a coincidir en semejanzas ya que tienen en común el elemento distintivo “**Hyundai**”, situación que desde el punto de vista **gráfico o visual**, provoca que el distintivo propuesto tenga un riesgo importante de ser asociado a los signos registrados tal como se expuso supra.

Desde la óptica **fonética o auditiva**, y tomando en cuenta lo señalado anteriormente, al escuchar la vocalización de las denominaciones “**Hyundai**” éstas suenan igual, debido al elemento en común que tienen, que es sobre el cual recaerá la atención de los consumidores y por ende, puede generar un riesgo de confusión.

En esta comparación no sólo se advierte una similitud desde una perspectiva gráfica y fonética, lo que por sí es motivo para impedir la inscripción solicitada, sino que también podría producirse un riesgo de confusión para el público consumidor de consentirse la coexistencia de las marcas, ya que hay una relación entre los productos de los signos cotejados.

Lo anterior, por cuanto entre los productos que distingue el signo solicitado en clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza (Ver folio 1 vuelto), por ejemplo, radios de vehículos se



relaciona con los productos de tocador de MP3 (tocador de audio estrato 3 del MPEG), (tocador de disco compacto de audio estrato-3 del MPEG) de la marca inscrita en clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza, bajo el registro número **146090** (Ver folio 8). Asimismo, los productos de la marca propuesta tienen relación con los productos del signo inscrito en clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza, bajo el registro número **237136**, (Ver folio 6), ello, por cuanto los productos que pretende proteger el signo solicitado requieren de los productos de la marca registrada como lo son conexiones de electricidad y conducción de electricidad. Por lo que al estar frente a productos relacionados podría causar riesgo de confusión (Art. 8, inciso a. Ley de Marcas), y de asociación (Art. 8, inciso b. Ley de Marcas), al consumidor porque a éste se le impide diferenciar con certeza el origen de los productos. El consumidor puede pensar perfectamente que la marca propuesta es una derivación de las marcas que se encuentran inscritas bajo el registro número **146090** propiedad de la empresa **HYUNDAI CORPORATION**, y registro número **237136** propiedad de la empresa **HYUNDAI HEAVY INDUSTRIES CO., LTD.**, de manera que este Tribunal está llamado a garantizar esa protección y rechazar la marca solicitada, máxime si se considera lo dispuesto en el numeral 8 incisos a) y b), de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos y artículo 24 inciso c) del Reglamento de la Ley citada, el cual estipula que debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos.

Por las consideraciones y citas normativas expuestas, concluye este Tribunal, que no es factible el registro de la marca propuesta “**Hyundai Smart Shift and Drive**”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza, por razones intrínsecas y extrínsecas. Siendo, lo procedente declarar **SIN LUGAR** el **Recurso de Apelación** interpuesto por la licenciada **Laura Castro Coto**, en su condición de apoderada especial registral de la empresa **HYUNDAI MOTOR COMPANY**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas, treinta y cinco minutos, veintiséis segundos del dos de marzo del dos mil quince, la que en este acto debe **confirmarse**, denegándose la solicitud de inscripción de la marca de comercio “**Hyundai Smart Shift and Drive**”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza.



Respecto, al alegato de la empresa recurrente, en cuanto a que no hay asidero fundamental para negar el registro, cabe indicar, que si lo hay y desde dos aristas: **1)** Desde la óptica de las formalidades intrínsecas, en cuanto a la relación de los signos con los productos. Tal como se indicó, ninguno de los productos protegidos en clase 9 tienen relación con un Sistema inteligente de cambio y manejo. Todos están referidos a telecomunicaciones o comunicaciones, lo cual hace que exista una desvinculación entre el signo y lo pedido y ello produce engaño al consumidor. **2)** Desde las formalidades extrínsecas, la marca solicitada ya existe en la publicidad registral. Tal como se analizó, las marcas solicitada como las inscritas contienen en su denominación el término “**Hyundai**”, que viene a ser el vocablo sobresaliente, el factor tópico que el consumidor recordará al momento de adquirir los productos que amparan, que tanto en la pedida como en las inscritas vienen a ser similares o relacionados y ello impide la protección registral de la solicitada.

En cuanto a que no tiene por qué la señora Registradora, suponer que su representada Hyundai Motor Company, sea una compañía abusiva que pretende engañar al consumidor con un registro dudoso. De modo alguno el registrador supone tal cosa, ya que éste se limita de conformidad con lo que dispone el artículo 14 de la Ley de Marcas y Otros Distintivos a calificar el documento conforme a las reglas contenidas en sus artículos 7 y 8, que fijan los parámetros intrínsecos y extrínsecos que han de cumplir los signos sometidos a la Administración para erigirse en marcas registradas.

Desde el punto de vista intrínseco, el Registrador encargado de examinar la solicitud de inscripción del signo propuesto, valora si éste cumple la función de marca, es decir, si posee la capacidad per se de distinguir productos y servicios de una persona de los de otra, en caso de carecer de ese requisito, impide el registro de la misma. En lo que respecta, a aspectos meramente extrínsecos, el Registrador está en la obligación de examinar de acuerdo a la normativa que regula la materia, si la marca propuesta no se refiere a otros signos que se encuentran registrados, pues de ser así, ésta entraría en colisión con el derecho exclusivo de terceros, lo que impediría su



registro.

Así las cosas, cabe indicar a la recurrente, que el registrador actuó en aplicación del principio de legalidad. En este sentido se ha pronunciado la Sala Constitucional:

“El principio de legalidad que se consagra en el artículo 11 de nuestra Constitución Política y se desarrolla en el artículo 11 de la Ley General de la Administración Pública, significa que los actos y comportamiento de la Administración deben estar regulados por norma escrita, lo que significa, desde luego, el sometimiento a la Constitución y a la ley, preferentemente, y en general a todas las otras normas del ordenamiento jurídico – reglamentos ejecutivos y autónomos, especialmente-; o sea, en última instancia, a lo que se conoce como el “principio de juridicidad de la Administración”. **(Ver Voto N°3410-92 de las catorce horas cuarenta y cinco minutos de diez de noviembre de mil novecientos noventa y dos).**

En virtud de lo anterior, el registrador procedió por imperativo legal, dado que la ley impide conceder el registro de un signo si éste incurre en alguna de las causales de irregistrabilidad establecidas en el artículo 7 y 8 de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos, tal y como ocurre en el presente asunto.

Sobre lo manifestado por la apelante en cuanto a que no se contempla que Hyundai es una marca notoria, observa este Tribunal que no se aportan al expediente pruebas de notoriedad, por ejemplo, estudios de mercado, existencia de una reputación y prestigio de la marca, así como que su explotación se lleve en forma masiva, encuestas al público consumidor, publicidad en diferentes medios de comunicación, facturación o estudios contables, por lo que no se acoge lo alegado por la recurrente, en cuanto a que su marca es notoria, ya que no se aporta prueba idónea para cumplir lo estipulado en los artículos 44 y 45 de la citada Ley de Marcas y otros Signos Distintivos.



QUINTO. EN CUANTO AL AGOTAMIENTO DE LA VÍA ADMINISTRATIVA. Por no existir ulterior recurso contra esa resolución, de conformidad con el artículo 25 de la Ley de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, N° 8039 de 12 de octubre del 2002, y artículo 29 del Reglamento Operativo del Tribunal Registral Administrativo, Decreto Ejecutivo N° 35456-J del 30 de marzo de 2009 publicado en el Diario Oficial La Gaceta el 31 de agosto de 2009, se da por agotada la vía administrativa.

POR TANTO

Conforme a las consideraciones, citas normativas expuestas, se declara **SIN LUGAR** el **Recurso de Apelación** interpuesto por la licenciada **Laura Castro Coto**, en su condición de apoderada especial registral de la empresa **HYUNDAI MOTOR COMPANY**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Industrial a las trece horas, treinta y cinco minutos, veintiséis segundos del dos de marzo del dos mil quince, la que en este acto se **confirma**. Se deniega la solicitud de inscripción de la marca de comercio “**Hyundai Smart Shift and Drive**”, en **clase 9** de la Clasificación Internacional de Niza. 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



DESCRIPTORES

MARCAS INADMISIBLES

TE. MARCA INTRINSECAMENTE INADMISIBLES

TNR. 0041.53

MARCA ENGAÑOSA

UP: MARCA CONFUSA

SIGNO CONFUSO

TG: MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES

TNR: 00.60.29

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS

TE. MARCA REGISTRADA O USADA POR UN TERCERO

TG. MARCAS INADMISIBLES

TNR. 00.41.33



TRIBUNAL REGISTRAL
ADMINISTRATIVO
