



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2024-0167-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA DE FÁBRICA Y



COMERCIO

CREPES & WAFFLES S.A., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2023-11791

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0005-2025

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las once horas con cuatro minutos del nueve de enero de dos mil veinticinco.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada María Laura Valverde Cordero, cédula de identidad 1-1331-0307, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa **CREPES & WAFFLES S.A.**, constituida y existente conforme a las leyes de Guatemala, domiciliada en Avenida 13, N°123-33, Santafé de Bogotá, Colombia, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 13:57:04 horas del 20 de febrero de 2024.

Redacta la jueza Norma Ureña Boza.



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 23 de noviembre de 2023, la abogada María Laura Valverde Cordero, de calidades conocidas y en la condición indicada, solicitó la inscripción de la



marca de fábrica y comercio para proteger helados, en clase 30 internacional.

Mediante resolución final dictada a las 13:57:04 horas del 20 de febrero de 2024, el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la marca por razones intrínsecas, de conformidad con el artículo 7 incisos g) y j) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas), al considerar que el signo se conforma de términos genéricos y de uso común, carentes de aptitud distintiva con relación a los productos de la clase 30 internacional (folios 33 a 45 del expediente principal).

Inconforme con lo resuelto, la representación de la empresa CREPES & WAFFLES S.A., interpuso recurso de revocatoria con apelación en subsidio y expresó en sus agravios lo siguiente:



1. El signo solicitado cuenta con declaratoria de notoriedad emitida en España, según resolución número 4030173/7 del 1 de julio del 2020, y por efecto de ese reconocimiento, al encontrarse en un estado suscriptor del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial, correspondería a este Tribunal reconocer esa



notoriedad en la marca y así acreditar su registro.

Además, este distintivo marcario ha sido admitido para su protección en las clases 29, 30 y 43 del Nomenclátor internacional, por su notoriedad o distintividad sobrevenida, de ahí que, la denominación



abarca aún más del concepto primario de CREPES y WAFFLES como fue valorado por la autoridad registral, ya que, en un inicio por medio de su restaurante se dedicó exclusivamente a esa especialidad, y en la actualidad se ha expandido a distintos platillos que no son crepas o gofres, entre otros bebidas jugos, malteadas, vinos, aguas, cervezas, café (barismo); entradas (ensaladas y sopas); barras de frutas y cereales (por ejemplo incluyendo en entre otros, yogur, puré de açai); huevos (por ejemplo rosarito, benedictine); panne cook (bola de pan rellena y gratinada); mini panne cook, pitas, ensaladas; helado (envasado para llevar o en alguna creativa presentación para consumir en el lugar) y postres; conforme se aprecia en su menú, por medio del enlace <https://crepesywaffles.com/menu>.

En consecuencia, su representada considera que la marca es inscribible, según lo establecido en el artículo 6 quinquies, inciso A, aparte 1) del Convenio de París, que aplica a nuestro país; asimismo, la marca se encuentra debidamente registrada y vigente, la cual protege bienes y servicios en las clases 29, 30 y 43 del nomenclátor internacional, en los siguientes países: Perú, España, México, Chile, Argentina, Estados Unidos de América y Brasil.

2. Desde sus inicios en 1980 la empresa CREPES & WAFFLES S.A.,



ha evolucionado la concepción de **CREPES & WAFFLES** con el propósito de impulsar su producto principal, como son las crepas y los gofres, además con el pasar del tiempo, su crecimiento generó la frase “Para representar la visión, objetivos, servicios y diversa variedad de productos”, que se comercializan en sus locales comerciales, que van más allá de una determinada crepa o gofre; de ahí que, ese signo comprende toda una unión mercantil, que engloba todos los servicios ofrecidos como productos vendidos por la creciente y conocida franquicia en su país y fuera de este; por lo cual, la marca no carece de aptitud distintiva ni es engañosa, al mismo tiempo la autoridad registral omite su uso desde su creación en 1980, la cual ha conseguido distintividad mediante su uso en el comercio y viene a ser una marca que posee significado secundario, por eso su examen no debe enfocarse en los sustantivos de voz inglesa CREPES (crepas) y Waffles (gofres), por el contrario debe ser examinada en su conjunto.



3. La marca **CREPES & WAFFLES** al presentarse con un significado secundario es distintiva, y esa característica provoca que no sea confundible con otras inscritas por terceros, y que guardan identidad, similitud o distinguen productos o servicios de una misma naturaleza, de igual forma, la distintividad es relativa y no va asociada con la innovación que presenta el signo, debido a esto, existen un sin número de términos en el lenguaje coloquial, que son admisibles como signos marcarios siempre y cuando contengan aptitud distintiva.



4. El signo es distintivo, por cuanto no concurren derechos adquiridos por terceros respecto de este, además las palabras que lo conforman, como su tipografía, el color, la disposición, el significado secundario alcanzado por su constante uso a través de los años y que este es parte de la razón social de su titular, todos estos elementos en su conjunto comprenden mucho más del simple hecho de distinguir crepas y gofres.

5. La empresa CREPES & WAFFLES S.A., posee 177 locales comerciales en distintas ciudades de Colombia, por medio de lo cual se logra demostrar tanto el conocimiento y aceptación que esta posee



en su país como su marca ; de ahí que, conforme al inciso 3 del Acuerdo sobre los aspectos de los derechos de propiedad intelectual relacionados con el comercio (ADPIC), y con base en la aplicación del TLC-Cafca, el tratado de libre comercio entre los Estados Unidos y Costa Rica, que puso en práctica el Tratado sobre el Derecho de Marcas, no se puede obligar a usar un signo en proceso de inscripción; de ahí que, la distintividad sobrevenida puede reconocerse con base en la evidencia del país de origen u otras latitudes, debido a que en este momento no puede probarse en Costa Rica. En consecuencia, se solicita no se deje de lado la notoriedad del signo solicitado, ni el carácter de distintividad sobrevenida por no estar basadas en prueba nacional, además se logre acceder a la inscripción de la marca, pues no se puede comprobar el uso antes de entrar al mercado en el que se pretende explotar el signo.



6. Como antecedente, se encuentran inscritas en el Registro de la Propiedad Intelectual las siguientes marcas de servicios:



- registro 106720, protege servicios de restaurante en clase 42 internacional.



- registro 313277, protege servicios de decoración de alimentos; servicios de información y asesoramiento en materia de preparación de comidas; servicios de bar; servicios de cafés; servicios de cafeterías; servicios de bares de comida rápida; servicios de catering; servicios de chefs de cocina a domicilio; servicios de restaurantes; servicios de restaurantes de autoservicios; hospedaje temporal, en clase 43 internacional.

7. Según el antecedente registral, lo que pretende su representada en nuestro país es individualizar y ampliar la cobertura de su marca por medio de su nueva imagen, sin restringir su derecho por la interpretación y evaluación efectuada por la autoridad registral, con respecto a la variedad de productos de heladería, entre ellos: copa de arequipe, capricho de maracuyá, banana split y tentación.

8. Como fundamento de sus alegatos, la apelante menciona el voto 0061-2017 emitido por este Tribunal.

9. Finalmente, por el procedimiento especial que poseen los signos declarados notorios y como sucede en el caso de la denominación



que fue declarada en España, solicita se revoque la resolución recurrida, para que se proceda con la inscripción pretendida y se reconozca su notoriedad.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal no enlista hechos de esa naturaleza para el dictado de la presente resolución.

TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal considera como hecho con tal carácter y de importancia para la resolución del presente asunto, que la marca de fábrica y comercio



solicitada haya adquirido carácter distintivo por su uso.

CUARTO. CONTROL DE LEGALIDAD. Analizado el acto administrativo de primera instancia no se observan vicios en sus elementos esenciales, que causen nulidades, invalidez o indefensión que sea necesario sanear.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. LA NO REGISTRACIÓN DEL SIGNO POR RAZONES INTRÍNSECAS. La Ley de marcas en su artículo 2 define la marca como:

Cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase.



En este sentido, para determinar si un signo contiene esta distintividad el Registrador ha de realizar un examen de los requisitos sustantivos (intrínsecos y extrínsecos) de la solicitud del signo propuesto y determinar que no se encuentre comprendido en las causales que impiden su registro comprendidas en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas, lo anterior en cuanto a la capacidad misma de la marca para identificar el producto o servicio de que se trata y que no vaya a producir eventualmente un riesgo de confusión a los consumidores o bien de asociación empresarial.

Para el caso en estudio es necesario referirnos a las objeciones a la inscripción por motivos intrínsecos, que derivan de la relación existente entre la marca y el producto o servicio que se pretende proteger. Estos motivos intrínsecos que impiden el registro marcario se encuentran contenidos en el artículo 7 de la citada ley, dentro de los cuales interesa mencionar los incisos siguientes:

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

[...]

g) No tenga suficiente aptitud distintiva respecto del producto o servicio al cual se aplica.

[...]

j) Pueda causar engaño o confusión 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.

[...]



De acuerdo con estos incisos, una marca es inadmisible por razones intrínsecas, cuando no goza de aptitud distintiva suficiente respecto del producto o servicio al cual se aplica y pueda causar engaño o confusión en el consumidor sobre las cualidades o características de estos.

En cuanto a la falta de distintividad, es menester señalar que dentro del derecho marcario la distintividad es concebida como la característica o función y requisito que le concede a la marca para acceder a su protección, y no solo le otorga al producto o servicio de que se trate una identidad propia que lo hace distinta a otras, sino que contribuye a que el consumidor pueda distinguirla eficazmente de otras pertenecientes a los competidores en el mercado, evitando así que se pueda presentar alguna confusión al respecto. En relación con la distintividad, el tratadista Diego Chijane, ha indicado que esta es concebida desde dos perspectivas:

1) A través de la marca se identificaría al producto o servicio en sí mismo considerado y, a su vez, esa identificación sería *ad extra* dado que permite la diferenciación del resto de productos ofertados en el mercado, incluso de otros de la misma empresa, y sería *ad intra* atento a que informa al consumidor el hecho de que, entre todos los productos marcados con un mismo signo, no existen diferencias sustanciales.

2) Permitiría identificar el origen empresarial de los bienes, sabiendo el consumidor que detrás del objeto adquirido, aunque no la identifique con precisión, existe una unidad productiva que intentará mantener la calidad y cualidades del objeto consumido [...] (Chijane, D. (2007). *Derecho de Marcas*. Buenos Aires, Argentina: Editorial B



de F., pp 2 y 3).

Ese carácter distintivo admite que la marca cumpla sus funciones esenciales, que permite distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, con lo cual se garantiza al consumidor un origen del producto o servicio, que viene a traducirse en el origen empresarial del signo, lo que supone al consumidor poder elegir entre artículos o servicios de una misma especie o clase dependiendo de ese origen empresarial.

Por otra parte, respecto al carácter engañoso de las marcas, habrá de determinarse en relación con los productos o servicios que se pretenden proteger y distinguir. Al respecto el Tribunal de Justicia de La Comunidad Andina, en el Proceso 501- IP- 2019, establece lo siguiente:

El engaño se produce cuando un signo provoca en la mente del consumidor una distorsión de la realidad acerca de la naturaleza del bien o servicio, sus características, su procedencia, su modo de fabricación, la aptitud para su empleo y otras informaciones que induzcan al público a error.

[...]

Sobre esta misma línea de pensamiento, la doctrina ha manifestado sobre los signos engañosos:

El concepto de marca engañosa se refiere a un defecto intrínseco del signo en relación con los productos o servicios que distingue. (Lobato, Manuel. (2002) *Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas*, 1^a Ed.) Madrid: Civitas, p. 253).



Ahora bien, para el caso que nos ocupa la marca de fábrica y comercio



propuesta vista en su conjunto es mixta, conformada por un círculo con fondo negro, que en su circunferencia presenta un borde de color blanco, en su parte superior e inferior se presentan correspondientemente las palabras **CREPES** y **WAFFLES**, escritas con una tipografía especial, en letra mayúscula de color blanco, en el centro del círculo se aprecia un diseño que asemeja una torta mordida, y en su centro presenta el símbolo **&** escrito en color blanco, además al lado izquierdo y derecho de ese símbolo se observan dos puntos de color blanco.

Respecto, al término CREPES de acuerdo con el Diccionario panhispánico de dudas, proviene de “**crepe** 1. Voz tomada del francés *crêpe*, ‘tortita muy fina de harina, leche y huevos, que suele servirse enrollada y con un relleno dulce o salado’”. A esta grafía le corresponde en español la pronunciación [krépe]. Su plural es crepes (→ **plural**, 1.a) ...” (Real Academia Española: *Diccionario panhispánico de dudas (DPD)* [en línea], 2.^a ed. (versión provisional). Recuperado, de <https://www.rae.es/dpd/crepe>, definición 1.); en cuanto al símbolo Ampersand (**&**) equivale a la conjugación “y”; además con relación a la palabra en idioma inglés WAFFLES traducido al español es “gofres”, de acuerdo con el traductor de Google ubicado en el siguiente enlace: <https://translate.google.com/?hl=es&sl=en&tl=es&text=waffles&op=translate>; y dicho vocablo según el diccionario en línea de la Real Academia Española refiere a “...1. **m.** Pastel de masa ligera, cocido en un molde especial que le imprime un dibujo en forma de rejilla.” (Real Academia Española: *Diccionario de la lengua española*, 23. ^a ed. Recuperado, de <https://dle.rae.es/gofre?m=form>).



De lo anterior y en aplicación de la normativa transcrita, considera



este Tribunal que la marca propuesta en clase 30 internacional para distinguir helados, en su conjunto carece de la distintividad necesaria para acceder a su registro, al estar conformada por las palabras CREPES y WAFFLES, que informan o sugieren a un tipo de producto específico y de esa forma será percibido por el consumidor, quien asumirá de manera directa que los productos a proteger son CREPES (crepas) y WAFFLES (gofres), lo cual no es verdadero, por cuanto los productos pretendidos son helados; en consecuencia la marca se configura en engañosa respecto de la naturaleza de los productos a proteger.

Por ende, una marca es inadmisible por razones intrínsecas cuando pueda inducir a engaño o confusión respecto a la información que debe suministrar y en general cuando el signo utilizado no tenga suficiente aptitud distintiva respecto del producto o servicio al cual se aplica, o lo que es lo mismo cuando respecto de la naturaleza específica de tales productos o servicios, la marca resulte carente de originalidad, novedad y especialidad.

Por los argumentos expuestos, se aprecia que el signo propuesto transgrede los incisos g) y j) de la Ley de marcas, no siendo posible su registro, razón por la cual este Tribunal comparte las razones que tuvo el Registro de la Propiedad Intelectual para rechazar el signo solicitado.



Por otra parte, en cuanto a la declaratoria de notoriedad del signo



solicitado emitida por la oficina Española de Patentes y Marcas, según resolución número 4030173/7 del 1 de julio del 2020; cabe indicar que el artículo 44 de la Ley de marcas, respecto a las marcas notoriamente conocidas indica que: “[...]. Las disposiciones del título II serán aplicables, en lo procedente, a las marcas notoriamente conocidas [...]”, lo que implica no otra cosa, que sea de aplicación los artículos 7 y 8 de la Ley de citas, que conciernen respectivamente a la inadmisibilidad de las marcas por razones intrínsecas o derechos de terceros; en el presente caso y según el análisis realizado en esta resolución, es de aplicación a la marca pretendida los incisos g) y j), de la Ley de marcas, al carecer de distintividad y ser engañosa respecto a los productos para la clase 30 internacional. De ahí que, a pesar de ser el signo notorio y distintivo como lo manifiesta la recurrente, este hecho no es relevante para el caso en cuestión, ya que la figura jurídica de la notoriedad dentro del numeral 44 antes mencionado, encuentra una limitante y es que los signos presentados para registro que se encuentren dentro de las prohibiciones reguladas en los artículos 7 y 8 de la ley de citas, no es factible su registro.

En relación con lo antes expuesto y a efecto de ilustrar el tema, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 342-IP-2021, manifestó lo siguiente:

2.21. La Decisión 486 protege al signo notorio no registrado y, en consecuencia, el examen de registrabilidad de un signo notoriamente conocido debería ser diferente al examen que se haría de un signo ordinario. Lo anterior no quiere decir



que un signo por ser notorio tenga indefectiblemente derecho a su registro como marca, ya que el registro de toda marca, aun en el caso de signos notorios, deberá atender al respectivo examen de registrabilidad que practica la oficina nacional competente.

[...]

Por consiguiente, a pesar de que la gestionante dentro de su proceso de inscripción de marca, tienen la facultad de presentar una o varias resoluciones emitidas en otros países que sean miembros del Convenio de París, en las cuales se haya declarado la notoriedad de su marca, ello, no es una facultad o situación inmediata, que obliga a la autoridad registral como a este órgano de alzada, a conceder automáticamente su registro, en el caso concreto la solicitud de inscripción de la marca pretendida.

Asimismo, respecto de que la marca solicitada es inscribible según lo establecido en el artículo 6 quinquies del Convenio de París, el cual aplica a Costa Rica en virtud que se encuentra inscrita en los países miembros; considera este Tribunal necesario indicar a la recurrente que la norma de interés tiene sus excepciones, y no aplica en el caso de los signos desprovistos de todo carácter distintivo o formados exclusivamente por signos o indicaciones que puedan servir en el comercio, para designar las 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 (art. 6 quinquies aparte B punto 2), o cuando las marcas sean contrarias a la moral o al orden público y, en



particular cuando sean capaces de engañar al público (art. 6 quinquies aparte B punto 3). El signo solicitado para registro en clase 30, tal y como se indicó líneas arriba, carece de aptitud distintiva y es engañoso, de conformidad con los incisos g) y j) del artículo 7 de la Ley de marcas, por lo que conforme a las razones que se expusieron a lo largo de esta resolución, el signo propuesto no es objeto de registro.



Respecto a lo alegado por la apelante, que la marca se presenta con un significado secundario y esa característica provoca que sea distintiva y no se confunda con otras inscritas por terceros; de lo anterior, comparte este órgano de alzada lo analizado por la autoridad registral, por cuanto la recurrente no logró demostrar que el consumidor costarricense piense en la palabra como una marca y no en su carácter engañoso, como tampoco demostró una asociación del signo con una procedencia empresarial, lo que viene a ser de esta manera, como lo manifestó la autoridad registral en su resolución, cuando la parte expresó que “la marca pedida no se usa en Costa Rica, lo cual definitivamente hace imposible que el usuario la identifique, individualice y la interiorice como una marca separada de su significado conceptual.”

En este sentido, la prueba de la distintividad sobrevenida debe girar en torno al uso de la marca y la percepción que tenga el consumidor de esta; siendo que, la representación de la empresa solicitante aporta una serie de elementos como medio para que se le otorgue la distintividad sobrevenida; sin embargo, no se determina que la empresa CREPES & WAFFLES S.A., sea una cadena líder de alimentos en el territorio costarricense, ya que como puede observarse



los elementos probatorios se circunscriben al territorio colombiano y no nacional, los cuales no resultan idóneos para demostrar que el

signo  haya adquirido distintividad sobrevenida mediante el uso en el territorio costarricense.

Por otra parte, el simple hecho de tener registrada una marca, no quiere decir que se encuentre en uso dentro del territorio nacional, tal como pretende hacerlo ver la recurrente, al presentar como prueba

copia certificada de las marcas de servicios:  registro 106720,



protege servicios de restaurante en clase 42 internacional; y registro 313277, protege servicios de decoración de alimentos; servicios de información y asesoramiento en materia de preparación de comidas; servicios de bar; servicios de cafés; servicios de cafeterías; servicios de bares de comida rápida; servicios de catering; servicios de chefs de cocina a domicilio; servicios de restaurantes; servicios de restaurantes de autoservicios; hospedaje temporal, en clase 43 internacional; lo cual tampoco constituye un parámetro para que este Tribunal acceda al registro del signo solicitado, como tampoco es una prueba que sea idónea para demostrar la distintividad sobrevenida; ya que, para adquirir tal condición, la marca debe ser comercializada e identificada por el consumidor en el territorio nacional, situación que no sucede.



Por otro lado, respecto a que la marca  se encuentra inscrita en otros países, este Tribunal estima de mérito señalar que el hecho de que la empresa solicitante CREPES & WAFFLES S.A., posea inscritos registros en otras jurisdicciones, no es una situación que determine la inscripción del signo pretendido, por cuanto con base en el principio de territorialidad las marcas deben ser analizadas de conformidad con la legislación marcaria nacional, además cada solicitud es independiente de cualquier otro trámite que se haya presentado en el Registro, pues debe tenerse presente el principio de independencia de las marcas, por lo que debe ser analizada respecto de su específico marco de calificación registral; y de igual forma, la solicitud es independiente de todas las inscritas en otros países, siendo que, el operador jurídico debe calificarla como se presenta y conforme a nuestra norma marcaria.

En cuanto a la remisión que realiza la apelante al voto 0061-2017, emitido por este Tribunal y referido a la aplicabilidad del significado secundario en los signos, se debe indicar que cada caso debe ser resuelto de acuerdo con su propia naturaleza y al marco de calificación registral que le corresponda; no obstante, en el voto mencionado claramente se demuestra la expansión que ha tenido el negocio a nivel nacional y su preferencia entre los consumidores por medio de su signo, lo que se alcanza mediante la prueba aportada que se circumscribe al territorio nacional y no colombiano, como sucede en el caso bajo análisis, en consecuencia no lleva razón la apelante en lo alegado.



Finalmente, cabe indicar a la apelante que el considerar la posibilidad de permitir la coexistencia registral de un signo marcario que no cumpla con los requisitos de admisibilidad contemplados en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas, violentaría el consagrado principio de legalidad contenido en el artículo 11 de la Constitución Política y 11 de la Ley General de la Administración Pública.

QUINTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por las razones expuestas, lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la abogada María Laura Valverde Cordero, apoderada especial de la empresa CREPES & WAFFLES S.A., en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 13:57:04 horas del 20 de febrero de 2024, la cual se confirma.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **sin lugar** el recurso de apelación planteado por la abogada María Laura Valverde Cordero, en su condición de apoderada especial de la empresa CREPES & WAFFLES S.A., en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 13:57:04 horas del 20 de febrero de 2024, la que en este acto **se confirma**. Sobre lo resuelto en este caso se da por agotada la vía administrativa de conformidad con los artículos 25 de la Ley 8039, de Procedimientos de Observancia de los Derechos de Propiedad Intelectual, y 42 del Reglamento Operativo de este Tribunal, decreto ejecutivo 43747-MJP. 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.**



Firmado digitalmente por
KAREN CRISTINA QUESADA BERMUDEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 14/03/2025 03:41 PM

Karen Quesada Bermúdez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 14/03/2025 02:21 PM

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 14/03/2025 02:15 PM

Oscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla

Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 14/03/2025 02:12 PM

Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 14/03/2025 02:11 PM

Norma Ureña Boza

euv/KQB/ORSPLSA/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

EXAMEN DE LA MARCA

TE: EXAMEN DE FONDO DE LA MARCA

TE: EXAMEN DE FORMA DE LA MARCA

TE: SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TNR: OO.42.28

MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES

TE: FORMA USUAL DEL PRODUCTO



TE: MARCA CON FALTA DE DISTINTIVIDAD

TE: MARCA ENGAÑOSA

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: OO.60.55