



RESOLUCIÓN FINAL

EXPEDIENTE 2024-0338-TRA-PI

OPOSICIÓN A LA SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

CONSORCIO COOPERATIVO DEL SUR R.L., apelante

**REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2023-10372)**

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS



VOTO 0113-2025

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las diez horas veintidós minutos del seis de marzo de dos mil veinticinco.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por el abogado Roberto Enrique Cordero Brenes, vecino de San José, cédula de identidad 1-1166-0540, en condición de apoderado especial administrativo de la empresa **Consortio Cooperativo del Sur R.L.**, cédula jurídica 3-004-379299, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 12:55:41 horas del 25 de junio de 2024.

Redacta la juez Quesada Bermúdez

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. La señora Irene Castillo Rincón, abogada, cédula de identidad 1-1513-0376, en su condición de apoderada especial de la empresa Casa de Funerales Vida de San



José S.A., cédula jurídica 3-101-293069, domiciliada en San José, Costa Rica, Sabana Este, frente a la antigua Federación de Fútbol, contiguo a Servicentro, presentó la solicitud de inscripción (v.f. 1 y 2



del expediente principal) de la marca de servicios para proteger y distinguir en clase 45 internacional: servicios funerarios.

Después de la publicación del edicto que informó acerca de la presente solicitud de inscripción de marca, en tiempo y forma de acuerdo con el numeral 16 de la Ley 7978, de marcas y otros signos distintivos, (en adelante Ley de Marcas), el señor Roberto Enrique Cordero Brenes, en la condición indicada, interpuso oposición contra la inscripción de la marca solicitada por considerar que existe riesgo de confusión para el consumidor toda vez que su representada, es la



propietaria registral de la marca que protege y distingue en la misma clase 45 internacional: servicios funerarios y porque “en la marca que se pretende inscribir no existen elementos suficientes que le otorguen distintividad en cuanto a otros signos, en el aspecto gráfico, fonético, visual, actividad comercial” (v.f. 12 a 23 del expediente de origen, precisamente el folio 14).

De la oposición precitada se le brindó el traslado correspondiente a la representación de la empresa solicitante, Casa de Funerales Vida de San José S.A. por resolución de las 12:01:58 horas del 23 de abril de 2024 (v.f. 46 y 47 del expediente de origen) a lo cual respondió su apoderada especial, la abogada Irene Castillo Rincón.



Consecuente con lo anterior, el Registro de la Propiedad Intelectual por medio de la resolución de las 12:55:41 horas del 25 de junio de 2024 (v.f. 86 a 96 del expediente de origen) declaró sin lugar la oposición planteada porque consideró que el signo solicitado no incurre en ninguna de las prohibiciones establecidas en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas.

Inconforme con lo resuelto, el representante de **Consorcio Cooperativo del Sur R.L.**, interpuso recurso de apelación contra la resolución indicada y una vez conferida la audiencia de ley por resolución de las 10:08 horas del 26 de agosto de 2024 (v.f. 7 y 8, legajo de apelación), el apelante expuso los siguientes agravios:

1. A nivel gráfico, los signos cotejados son muy similares por compartir la palabra VIDA.
2. A nivel fonético, el hecho de compartir esa palabra hace que la pronunciación de ambas sea muy similar.
3. A nivel ideológico, todas llaman a la idea de vida después de la muerte.
4. Los servicios son los mismos. Es claro que el consumidor se va a ver confundido en cuanto al origen empresarial de los servicios ofrecidos, o también podrá asociarlos.
5. La prueba aportada demuestra que no existe notoriedad de la marca pretendida.



6. El Registro no valoró el contenido de las declaraciones juradas aportadas.

Además, el apelante ofreció testimonios referidos al hecho de que constantemente personas se confunden respecto de las empresas y sus servicios.

Por su parte la apoderada especial de la empresa Casa de Funerales Vida de San José S.A. también dio respuesta a la audiencia otorgada, alegó la notoriedad de la marca propiedad de su representada, solicitó declarar sin lugar la oposición interpuesta y confirmar la resolución recurrida.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. 1. En el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentran inscritos los siguientes signos distintivos a nombre de la empresa Consorcio Cooperativo del Sur R.L.:

- i. Nombre comercial **FUNERARIA VIDA ETERNA**, registro 233927; inscrito desde el 27 de febrero de 2014, para proteger y distinguir: un establecimiento comercial dedicado a la venta de féretro, alquiler de utensilios para velas y funerales, transporte de cuerpos y venta de arreglos florales, ubicado en San Isidro de Pérez Zeledón, provincia de San José, exactamente en el Centro Comercial Don Luis, y las sucursales que se establezcan dentro del país (folios 56 y 57 del expediente principal).




- ii. Nombre comercial registro 310927; inscrito




desde el 11 de enero de 2023, para proteger y distinguir: un establecimiento comercial dedicado a proteger los servicios funerarios ubicado en San José, San Isidro, Pérez Zeledón, Pavones / Costa Rica (folios 58 y 59 expediente principal).



- iii. Marca de servicios  registro 318233, inscrita el 4 de octubre de 2023 y vigente hasta el 4 de octubre de 2033; para distinguir en clase 45 internacional: servicios funerarios (folios 60 y 61 expediente principal).

2. Declaratoria de notoriedad de la marca de servicios



 propiedad de **Casa de Funerales Vida de San José S.A.**, que protege y distingue en clase 45: servicios funerarios: servicios relacionados con un acontecimiento social, como los son los servicios funerarios, necesitados por muchas familias en una situación difícil como la muerte de un ser querido. El servicio consiste en la atención inmediata e integral por muerte natural, accidental, homicida o subida. Esta atención incluye los servicios acondicionamiento del cuerpo como embalsamamiento, maquillaje y vestimenta, traslados del féretro en carroza funeraria, venta de féretros, permanencia en la capilla velación, arreglos florales, cafetería durante la velación y apoyo personalizado para los deudos. Asimismo, la cremación del cuerpo si así lo desean los familiares y colocación de los restos en urnas. Estos servicios son brindados en las diez sedes, los trescientos sesenta y cinco días del año. También "FUNERALES VIDA" ofrece un servicio integral funerario para mascotas, desde la recogida, la cremación, la deposición en una urna



o contenedor y en algunos casos ofrecen hacer algún tipo de intervención artística de alguna pieza o escultura utilizando como base las propias cenizas del animal. El servicio de cremación o incineración para personas o mascotas es realizado con tecnología de punta, cumpliendo todos los requisitos sanitarios y sin la producción de humo y olores. Las cenizas son colocadas en una urna debidamente identificada (folios 53 a 55 expediente principal).

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con este carácter que sean de relevancia para el dictado de la presente resolución.

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. El artículo 2 de la Ley de marcas establece que cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona física o jurídica de los que ofrece su competidor puede constituir una marca siempre que estos se consideren lo “suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase.”

Por lo anterior y de acuerdo con la Ley de marcas y su Reglamento (decreto ejecutivo 30233-J), todo signo podrá ser inscrito como marca cuando posea una clara distintividad y no genere confusión con otras marcas que se encuentren inscritas o en proceso de inscripción;



lo anterior por cuanto entre menor sea la aptitud distintiva que posea un signo con respecto a otro, mayor será la probabilidad de riesgo de confusión por parte del público consumidor en cuanto a la procedencia o el origen de los bienes y servicios ofrecidos por los empresarios que compiten en el mismo sector comercial.

Consecuentemente, basta con que exista riesgo de asociar o relacionar los productos y servicios de una misma especie o clase internacional, para denegar la inscripción o el registro de un signo determinado. Esto es así porque uno de los objetivos principales de la legislación marcaria es garantizar la protección registral, únicamente a aquellas marcas que cumplan y desempeñen su papel diferenciador en el mercado de bienes y servicios, a fin de evitar posibles confusiones de parte del consumidor en su proceso de elección y adquisición de dichos bienes y servicios clasificados y protegidos en la misma clase internacional.

En tal sentido la normativa citada establece una serie de prohibiciones que evitan el registro de aquellas marcas que, no solamente puedan confundir al público consumidor, sino también de aquellos signos marcarios cuya inscripción afecte el derecho subjetivo de un tercero titular, empresario o propietario de alguna marca inscrita que distingue su producto o servicio de la misma especie y clase internacional de aquella que solicita la inscripción.

Al respecto el artículo 8 de la Ley de marcas es claro al señalar que ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte el derecho subjetivo de terceros; para el caso de examen los incisos a) y b) de este numeral establecen:



a) Si el signo es idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor.

b) Si el uso del signo es susceptible de causar confusión, por ser idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios o productos o servicios diferentes, pero susceptibles de ser asociados con los distinguidos por la marca, la indicación geográfica o la denominación de origen anterior.

[...]

En relación con este riesgo de confusión el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 19-IP-2022 del 28 de julio de 2022, dictaminó:

...no es registrable como marca un signo que resulte idéntico o similar a una marca registrada o a un signo cuyo registro como marca fue solicitado con anterioridad por un tercero, porque en dichas condiciones carecería de carácter distintivo. Los signos no tienen capacidad distintiva extrínseca cuando generan riesgo de confusión (directo o indirecto) o riesgo de asociación en el público consumidor.

a) El **riesgo de confusión** puede ser directo e indirecto:



El riesgo de confusión directo está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor, al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro distinto.

El riesgo de confusión indirecto se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto o servicio, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

- b) **El riesgo de asociación** consiste en la posibilidad de que el consumidor, a pesar de diferenciar los signos en conflicto y el origen empresarial del producto o servicio, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto o el prestador del servicio respectivo, tiene una relación o vinculación económica con otro agente del mercado.

[...]

Así que el registro de un signo marcario exige que este posea la aptitud distintiva necesaria para no provocar un conflicto marcario con alguna marca inscrita o que se encuentre en proceso de inscripción; el conflicto marcario se logra determinar cuando se perciben o existen similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales entre dos o más signos que identifican productos o servicios de la misma especie; al comprobarse este conflicto entre signos marcarios, el derecho de marcas no permite la coexistencia de aquellos signos que no posean carácter distintivo, por lo cual, no podrán coexistir, ni competir pacíficamente en el mismo sector del mercado de bienes y servicios al que pertenecen, ello principalmente por el riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor.



Este riesgo se puede generar a partir de las similitudes existentes entre alguno de los elementos visuales, auditivos e ideológicos de cada uno de los signos involucrados; por ello es necesario realizar un cotejo marcario adecuado a la normativa vigente y mediante el cual, el operador jurídico logre determinar si existe identidad o semejanza entre los signos confrontados; para ello, en primer lugar, debe identificarse quiénes serían los posibles consumidores del bien o del servicio ofrecido por cada signo; luego el examinador deberá colocarse en la posición del adquirente del servicio o consumidor de aquel bien, a fin de percibir las posibles sensaciones e impresiones del consumidor con respecto a cada una de las denominaciones confrontadas y su perspectiva ante esos bienes o servicios ofrecidos; este análisis lo hará sin desmembrar los signos, los cuales deberá analizar de forma sucesiva y nunca simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro).

Estas reglas están definidas en el artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas, y sirven para que el operador jurídico, en el proceso de calificación, determine las posibles similitudes existentes entre los elementos visuales, auditivos e ideológicos de cada uno de los signos involucrados; el numeral citado establece:

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;

f) No es necesario que haya ocurrido confusión o error en el consumidor, sino es suficiente la posibilidad de que dicha confusión o error se produzca, teniendo en cuenta las características, cultura e idiosincrasia del consumidor normal de los productos o servicios; o

g) Si una de las marcas en conflicto es notoria, la otra debe ser clara y fácilmente diferenciable de aquella, para evitar toda posibilidad de aprovechamiento indebido del prestigio o fama de la misma.

Así las cosas, es necesario determinar la posibilidad de registrar la



marca de servicios




con el fin de esclarecer si esta



marca posee la suficiente distintividad para coexistir pacíficamente en el mercado de servicios funerarios con los signos marcarios inscritos y que son propiedad de la empresa oponente en este proceso, CONSORCIO COOPERATIVO DEL SUR R.L. Los signos marcarios que se deben confrontar son los siguientes:

<u>Marca solicitada</u>	<u>Signos inscritos</u>	
		FUNERARIA VIDA ETERNA
Clase 45: servicios funerarios	– Clase 45: servicios funerarios – Nombre comercial	Nombre comercial

En este análisis primeramente debe considerarse que el signo marcario inscrito como marca de servicios en la clase 45

internacional y también como nombre comercial  es un signo mixto en el cual predomina el elemento denominativo compuesto por las palabras **Vida Eterna** escritas con una grafía especial en tono gris claro y que junto a este elemento denominativo, figura la imagen de un ángel, también de color gris claro y cuya relación de aspecto, es proporcional a la altura del signo marcario permitiendo fácilmente su percepción visual en la imagen total de este signo marcario. Por lo anterior se deduce, que si bien en este signo mixto, el elemento predominante es el denominativo, el diseño de este no le restó importancia al elemento gráfico o visual del signo; ello no solo en la grafía y en el color de las letras y sus palabras, sino también



en la posición de los elementos, el color y la imagen del ángel que ocupa un espacio significativo dentro de esta marca mixta inscrita.

A su vez el signo mixto que se solicita inscribir como marca de servicios, posee dos palabras que conforman su elemento

denominativo y preponderante: **funerales Vida**



ambas

palabras escritas en color azul y con una grafía especial, donde la letra mayúscula inicial del elemento denominativo “Vida”, posee un grafema que modificó y adaptó la grafía original y tradicional de la letra “V”. Esta grafía ajena al sistema ortográfico tradicional del abecedario se aprecia individualmente y se percibe claramente de la



siguiente forma:

y es un elemento que ocupa gran

espacio dentro del signo marcario; reviste relevancia, no solo por su adaptación, sino porque, por su estilo, asemeja que rodea o abraza a los demás componentes del elemento denominativo, aunado que esta visión se percibe mejor con el soporte del trazo curvo que se aprecia



en la parte inferior de este signo mixto:

Aunque el elemento predominante de este signo mixto es elemento denominativo, resulta claro y evidente que el elemento gráfico le otorga mayor distintividad con respecto a los demás signos confrontados, evitando de esta forma el riesgo de confusión y asociación antes explicado.



En este sentido, el Tribunal de Justicia de la Comunidad andina, en el proceso 145-IP-2022 del 13 de marzo de 2023 dictó:

Los signos mixtos se componen de un elemento denominativo (una o varias letras, sílabas, palabras o números) y un elemento gráfico (trazos definidos o dibujos perceptibles visualmente, los cuales pueden adoptar varias formas, como emblemas, logotipos, íconos, etc.). La combinación de estos elementos al ser apreciada en conjunto produce en el consumidor una idea integral sobre el signo, que le permite diferenciarlo de los demás signos existentes en el mercado.

En el análisis de signos mixtos se deberá determinar cuál de sus elementos –denominativo o gráfico– genera mayor influencia en la mente del consumidor. Así, la oficina nacional competente deberá determinar, en el caso concreto, si el elemento denominativo del signo mixto es el más relevante, característico o determinante, o, si lo es el elemento gráfico, o si lo son ambos teniendo en cuenta para el efecto la capacidad expresiva propia del lenguaje escrito, el tamaño, el color y la ubicación de los elementos gráficos y si además el elemento gráfico es susceptible de evocar conceptos o si se trata únicamente de un elemento abstracto.

[...]

Es importante resaltar que la marca mixta es una unidad, para la cual se ha solicitado el registro, lo que incluye todos los elementos denominativos y gráficos que la componen. Cuando se otorga el registro de una marca mixta se la protege de manera integral y no a sus elementos por separado.



Si bien, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más relevante, característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia del lenguaje escrito, el cual por definición es pronunciable, ello no impide que, en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y ubicación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico, por lo general, suele ser de mayor importancia cuando evoca conceptos que cuando consiste simplemente en trazos o en un dibujo abstracto.

[...]

Aunado a lo anterior y tomando en consideración que el elemento denominativo es el predominante en los signos marcarios confrontados, conviene ahora y de acuerdo con las reglas antes expuestas, sustraer del presente análisis aquellos términos que al ser descriptivos poseen un bajo, o escaso valor distintivo para este cotejo marcario.

Por lo anterior, deben estar al margen de este examen las palabras “funeraria” y “funerales”; consecuentemente el cotejo marcario se simplifica entre el término denominativo **VIDA** resultante en la marca que se solicita inscribir y la parte denominativa resultante (dos palabras) de las marcas inscritas: **VIDA ETERNA**, así como los correspondientes diseños de cada uno de los signos:



FUNERARIA
VIDA ETERNA



Cabe advertir nuevamente que para que exista un conflicto marcario que impida la inscripción de la marca solicitada deben existir similitudes que provoquen el riesgo de confusión o el riesgo de asociación antes mencionado, por lo que para descartar las similitudes y semejanzas deben cotejarse los signos marcarios a nivel gráfico, fonético o conceptual. La confusión visual es causada por la identidad o similitud de los signos; sean estos: palabras, frases, dibujos, etiquetas o cualquier otro, ello por su simple observación, es decir, por la manera en que se percibe la marca y no como se representa, manifiesta o expresa; 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 las marcas, o mejor aún, cuando las palabras comprendidas en las dos marcas significan conceptualmente lo mismo; esta confusión surge cuando la representación o evocación a una misma o semejante cosa, característica o idea, en las marcas contrapuestas, puede impedir, o impide, al consumidor, distinguir a una marca de la otra.

En este orden de ideas, en el campo visual no se advierten semejanzas que provoquen riesgo de confusión o de asociación entre los signos marcarios examinados, pues, aunque comparten la palabra VIDA, esta coincidencia no presume algún riesgo de confusión para el público consumidor de los servicios ofrecidos por cada una de las empresas oferentes. Al apreciar en su conjunto cada uno de los signos mixtos confrontados, esto es, al combinar los elementos denominativos con los elementos gráficos no se advierten similitudes visuales entre ellos, nótese la diferencia en el color, grafía y el diseño particular del signo mixto inscrito como marca de servicios y como



nombre comercial:

en contraste con el signo mixto que



se solicita inscribir:

que denota, a partir de la simple

observación, la distintividad que existe entre cada uno de ellos.

En relación con el nombre comercial inscrito **FUNERARIA VIDA ETERNA**, una vez eliminado el termino descriptivo, el cotejo realizado de sus elementos denominativos con respecto al termino “Vida” de la marca que se solicita inscribir mantiene una diferencia significativa a nivel gráfico.



En definitiva la marca

posee un estilo propio y

distintivo atribuido principalmente por la grafía de la letra con que



inicia el elemento denominativo “Vida” antes expuesto:

nótese nuevamente que este grafema representa una modificación y adaptación de la grafía originaria y tradicional de la letra “V”, por lo que resulta claro que este elemento gráfico creativo, alejado de los convencionalismos gráficos de la escritura tradicional, ha sido adaptada en este signo marcario para leer y pronunciar la palabra “VIDA”; razón por la cual, este Tribunal considera que en el presente caso, la combinación de los elementos gráficos y denominativos ofrecen suficiente distintividad para evitar el riesgo de confusión o de asociación antes mencionado, toda vez que en el campo visual recién examinado, no existe similitud a nivel gráfico entre ninguna de las marcas confrontadas.



A nivel fonético, a pesar de coincidir en el término “vida” la pronunciación en conjunto de cada uno de los elementos denominativos de los signos marcarios confrontados emiten un sonido diferente entre cada uno de ellos, es claro que la pronunciación y el sonido de la palabra VIDA dista de la dicción y escucha del término VIDA ETERNA en su conjunto por lo que no advierte este órgano colegiado que en el campo auditivo exista riesgo de confusión o de asociación entre estos signos cotejados.

Igualmente a nivel ideológico existen diferencias entre cada uno de las marcas antes aludidas, no solamente por el concepto mismo y el significado literal de cada uno de los términos “vida” y “vida eterna” sino porque, puestos en el lugar del público consumidor, el concepto de VIDA en su acepción básica en el campo de la biología se define como “la capacidad de nacer, respirar, desarrollarse, procrear, evolucionar y morir”, según la Enciclopedia Concepto de la Editorial Etecé (<https://concepto.de/vida/>).

Asimismo, el Diccionario de la Real Academia Española define VIDA como:

- Fuerza o actividad esencial mediante la que obra el ser que la posee.
- Energía de los seres orgánicos.
- Hecho de estar vivo.
- Estado o condición a que está sujeta la manera de vivir de una persona.
- Actividad que desarrolla una persona o una comunidad.
- Tiempo que transcurre desde el nacimiento de un ser hasta su muerte o hasta el presente.



(Recuperado de: <https://dle.rae.es/vida>)

Contrario a lo anterior, el concepto de VIDA ETERNA –como un todo– está determinado por las creencias personales, culturales, religiosas o filosóficas de cada persona o de un grupo de ellas; incluso desde el punto de vista religioso existen varias nociones que no son objeto de análisis en la presente resolución, sino que de acuerdo con la resolución de alzada, el término ETERNA se define como aquello “que no tiene principio ni fin” según el Diccionario de la Real Academia Española por lo que persiste la distinción entre los signos confrontados en este nivel ideológico.

Por lo anterior no son de recibo los alegatos del apelante en cuanto a



que la inscripción de la marca produce riesgo de confusión o de asociación con las marcas inscritas propiedad de su representada porque según su criterio, los términos denominativos antes confrontados poseen semejanzas a nivel gráfico, fonético e ideológico.

Resultan aceptados los argumentos de la apoderada especial de la empresa solicitante, en cuanto a que el signo que se pretende inscribir no causa confusión o engaño entre los consumidores, debido a que estos lo identifican claramente, coincide este Tribunal en que, una vez realizado el cotejo marcario, no se detecta ningún rastro de confusión o de posible asociación por parte del público consumidor de la marca solicitada con la marca inscrita.



Por tal motivo, considera este Tribunal que no resulta necesario referirse a las manifestaciones de la apoderada de la empresa solicitante, en cuanto a la declaratoria de notoriedad del signo mixto:



(v.f. 53 del expediente de origen y las manifestaciones de la solicitante).

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por las razones expuestas este Tribunal es del criterio que se debe declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por el abogado Roberto Enrique Cordero Brenes, apoderado especial de Consorcio Cooperativo del Sur R.L., en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 12:55:41 horas del 25 de junio de 2024.

POR TANTO

Se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por el abogado Roberto Enrique Cordero Brenes, apoderado especial de Consorcio Cooperativo del Sur R.L., en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 12:55:41 horas del 25 de junio de 2024, la que en este acto **se confirma**. 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 dejará en los registros que al efecto lleva este Tribunal, devuélvase el expediente a la oficina de origen para lo de su cargo. **NOTIFIQUESE.**



Karen Quesada Bermúdez

Óscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla

Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza

dcc/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES

Marcas y signos distintivos
TE. Marcas inadmisibles
TG. Propiedad Industrial
TR. Registro de marcas y otros signos distintivos
TNR. 00.41.55