



RESOLUCIÓN FINAL

EXPEDIENTE 2024-0325-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA DEL  
SIGNO

ASOCIACIÓN PRO-HOSPITAL NACIONAL DE  
NIÑOS, apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE  
ORIGEN 2024-3802)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS



VOTO 0144-2025

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a  
las quince horas treinta y cuatro minutos del veinte de marzo de dos  
mil veinticinco.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por la  
abogada Adriana Calvo Fernández, cédula de identidad 1-1014-  
0725, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de  
la ASOCIACIÓN PRO-HOSPITAL NACIONAL DE NIÑOS, cédula  
jurídica número 3-002-045191, domiciliada en San José, Costa  
Rica, instalaciones del Parque de Diversiones de la Uruca, 2  
kilómetros al Oeste del Hospital México, en contra de la resolución  
dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:14:43 horas  
del diecisiete de junio de dos mil veinticuatro.

Redacta el Juez Óscar Rodríguez Sánchez



## CONSIDERANDO

**PRIMERO: OBJETO DEL PROCEDIMIENTO.** Por escrito presentado el 18 de abril de 2024, la abogada Adriana Calvo Fernández, de calidades indicadas, en su condición de apoderada especial de la **ASOCIACIÓN PRO-HOSPITAL NACIONAL DE NIÑOS**, solicitó el



registro de la marca de servicios  para proteger y distinguir en la clase 41 internacional: “Servicios de entretenimiento; esparcimiento; diversión; y juegos” según limitación realizada (v.f. 29 del expediente de origen).

Mediante resolución final denegatoria dictada a las 15:14:43 horas del 17 de junio de 2024 (folios 17 a 24 del expediente de origen) el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la inscripción de la marca de servicios aludida de acuerdo con lo estipulado por los incisos g) y j) del artículo 7 de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).

Inconforme con lo resuelto la abogada Adriana Calvo Fernández, en su condición mencionada, presentó en tiempo y forma, el recurso de revocatoria con apelación en subsidio, en contra de lo resuelto por el Registro de la Propiedad Intelectual y expresó como agravios, lo siguiente:

- 1- Se limita la lista de servicios a proteger, de conformidad con el artículo 11 de la Ley de marcas a “servicios de entretenimiento, esparcimiento, diversión y juegos”.



- 2- El concluir que la marca de su representada no es distintiva y no posee elementos que le permitan al consumidor relacionar el signo con un servicio determinado, no es correcto. El uso de palabras genéricas en marcas no se encuentra prohibido en nuestra legislación, sino únicamente su inscripción aisladamente, es decir, sin otros elementos que le agreguen distintividad a la marca que se solicita.
- 3- Una marca es descriptiva cuando describe alguna característica del bien o servicio que se pretende proteger y mientras más lo describe menos distintiva es. Al igual que el caso anterior, el uso de palabras descriptivas en marcas no se encuentra prohibido por nuestra legislación, sino únicamente su inscripción aisladamente, es decir, sin otros elementos que le agreguen distintividad a la marca que solicita.
- 4- La marca solicitada por su representada es mixta, sea que está constituida tanto por dos palabras como por un diseño, siendo que debe analizarse en su conjunto, no limitándose a su parte



denominativa. El signo solicitado no carece de elementos distintivos como erróneamente indica la registradora, sino que consiste en un conjunto de elementos que le aportan distintividad, estando conformada en su parte inferior por las palabras PARQUE DIVERSIONES en color azul con una tipografía especial en posición ondulada, con una estrella blanca dentro de su letra P, en la parte superior cinco estrellas, la primera de color blanco es la que sale de la letra P, las siguientes en posición ondular de izquierda a derecha, son de colores naranja, celeste, rosado y amarillo, respectivamente, y cada una



de tamaño más grande que la anterior.

Concluye sus alegatos, indicando que su representada “cuenta con varias marcas PARQUE DIVERSIONES, debidamente registradas y vigentes en Costa Rica a partir del año 1998.

El Registro de la Propiedad Intelectual por medio de la resolución emitida a las 10:15:28 horas del 5 de julio de 2024, declaró sin lugar el recurso de revocatoria planteado por la apelante; empero admitió parcialmente los agravios dirigidos a la limitación de los servicios que la solicitante había requerido previo al dictado de la resolución denegatoria; razón por la cual, confirmó la denegatoria de la inscripción de la marca solicitada, únicamente por la causal que impide su registro, señalada en el inciso g) del artículo 7 de la ley de marcas.

Conferida la audiencia por este Tribunal mediante resolución de las 08:39 horas del 09 de agosto de 2024 se recibe escrito dentro del plazo concedido, suscrito por el abogado Luis Eduardo Sibaja Guillén, vecino de San José, cédula de identidad número 1-0854-0897, en condición de apoderado especial de la **Asociación Pro-Hospital Nacional de Niños**, indicando como agravios, los siguientes:

1- La marca hay que entenderla como un conjunto y como un todo, por lo que, no se pueden sustraer elementos del signo para denegar su inscripción. Tal y como se puede verificar en la solicitud presentada, la marca en vez de causar confusión lo que busca es llamar la atención del público consumidor sobre los productos que ofrece su representada.



- 2- La presente marca no busca confundir al público consumidor, más bien le orienta en el sentido de que los productos sobre los cuales dicha solicitud consta van orientados a la protección de educación, formación cultural, servicios de entretenimiento, esparcimiento, diversión juegos, actividades deportivas y culturales y no necesariamente a un tipo de juego, como lo manifiesta el Registrador.
- 3- El signo solicitado no produce confusión y no busca inducir o provocar engaño, debido a que, no estamos en el caso de una marca que se presenta ante otra de un tercero, o una marca competidora, en donde el consumidor deba comparar los productos de una marca competidora con los productos de la marca solicitada. Es importante entender que el consumidor medio es una persona que sabe lo que quiere y tiene un conocimiento de los productos que desea adquirir, o los servicios que desea solicitar.
- 4- La marca solicitada, corresponde a un logo con la mención del Parque Diversiones, que es un establecimiento de larga data, de conocimiento público general y consolidado en la mente del consumidor nacional. ¿Quién NO sabe qué es el PARQUE DIVERSIONES? Es el UNICO parque de entretenimiento familiar, de juegos mecánicos de su tipo, que existe en Costa Rica. Es orgullo nacional desde hace más de CUARENTA años, tanto por ser el único de su tipo, así como por ser fuente generadora de recursos para proporcionar ayuda al Hospital Nacional de Niños.
- 5- La marca evocativa se define como: *Un signo que posee*



*capacidad evocativa si tiene la aptitud de sugerir indirectamente en el consumidor, cierta relación con el producto o servicio que ampara, sin que ello se produzca de manera obvia, es decir, las marcas evocativas no se refieren directamente a una especial característica o calidad del producto o servicio.*

El anterior concepto se apega a la solicitud de la marca pretendida, ya que lo anterior busca sugerirle al consumidor que la marca solicitada está vinculada con las distintas maneras en que un ser humano puede entretenérse y dispersarse lo cual incluye juegos, actividades educativas e incluso deportes sin que se refiera a las características del signo solicitado a una actividad en particular, como lo quiere pretender el ente registrador. Cita jurisprudencia del Tribunal Registral Administrativo y del Tribunal de Justicia Andina sobre las marcas evocativas.

6- El signo “PARQUE DIVERSIONES (LOGO)”, cuenta con suficiente aptitud distintiva para su registro, en específico orienta y sugiere al consumidor sobre los servicios de entretenimiento en general, por lo que no resultará engañoso frente al consumidor.

7- Los signos genéricos y los descriptivos, se limitan a indicar elementos comunes a todos los productos o servicios de su misma especie o clase; y se encuentran prohibidos por nuestra legislación debido a la imposibilidad de pretender apropiarse de palabras de uso común, con relación a esos productos o servicios, que otros terceros que los comercializan también requieren utilizar en el comercio.



En vista de lo anterior, solicita declarar con lugar el presente recurso de apelación y se ordene continuar con el trámite de inscripción de la marca precitada.

**SEGUNDO. HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS.** Por ser un hecho de puro derecho, se prescinde de un elenco de hechos probados y no probados.

**TERCERO: 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.

**CUARTO: SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO.** De conformidad con la Ley de marcas, toda marca que se pretenda registrar en el Registro de la Propiedad Intelectual debe contar con la aptitud necesaria para distinguir los productos y servicios que representa y comercializa, de aquellos que ofrecen sus competidores en el mismo mercado de bienes y servicios; es decir que el objetivo de la normativa marcaria es procurar la inscripción, únicamente de aquellas marcas que resulten lo suficientemente distintivas para que sus productos o servicios puedan individualizarse eficazmente de los demás productos ofrecidos en la misma clase, especie o naturaleza. Lo anterior, no solamente evita el riesgo de confusiones y engaños en la percepción general de los consumidores, sino que también, esta normativa marcaria previene posibles perturbaciones y competencias desleales en las actividades comerciales que desarrollan los diferentes fabricantes y oferentes de bienes y servicios con idéntica o similar



naturaleza.

De acuerdo con lo anterior, el artículo 2 de la Ley de marcas 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.

[...]

Consecuentemente para determinar si un signo marcario contiene la distintividad requerida por el ordenamiento jurídico es preciso realizar un examen de los requisitos sustantivos (intrínsecos y extrínsecos) de la marca propuesta por el solicitante con el fin de comprobar si el signo marcario referido se ajusta y no contraviene con alguna de las causales que impiden su registro contenidas en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas antes referida.

Al realizar dicho examen, el Registro de la Propiedad Intelectual



denegó la inscripción de la marca por motivos intrínsecos, precisamente porque consideró, de acuerdo con el inciso g) del artículo 7 de la Ley de marcas, que este signo mixto carece de “aptitud distintiva” con respecto a los servicios que solicitó proteger, en clase 41 internacional “servicios de entretenimiento, esparcimiento,



diversión y juegos". Al respecto, el citado artículo indica:

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.

[...]

En este análisis se aprecia pacíficamente que el elemento denominativo “PARQUE DIVERSIONES” del signo marcario



coincide plena y claramente con uno de los servicios la solicitante que solicita proteger: “servicios de entretenimiento, esparcimiento, diversión y juegos”.

El Diccionario de Sinónimos de la Real Academia Española (Diccionario de la lengua española, [dla.rae.es/diversión?m=form](http://dla.rae.es/diversión?m=form)) establece que los sinónimos de la acción de divertir, sea del término diversión son los siguientes: entretenimiento, divertimiento, divertimento, esparcimiento, distracción, alegría, entre otros, por lo que se denota que el elemento denominativo de la marca pretendida no posee la “suficiente aptitud distintiva” en relación con los servicios que requiere proteger porque estos guardan una relación directa con el término “diversiones” al cual se le une primeramente una palabra de uso común “parque” por lo que, conjuntamente el elemento denominativo “PARQUE DIVERSIONES” no posee términos o



palabras que le aporten distintividad para singularizarse de otros posibles signos marcarios.

Los vocablos “diversiones” y “parque” son de uso común y posiblemente serán utilizados por los competidores que ofrezcan los mismos servicios solicitados en este proceso, sean: “juegos, entretenimiento, esparcimiento y diversión”.

Contrario a lo que alega el apelante, la naturaleza de signo mixto no



le ofrece ninguna fuerza distintiva a la marca , el elemento predominante es el denominativo y es el que se debe resaltar en el análisis realizado.

En este sentido, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina su Interpretación Prejudicial Número 05-IP-98 del 15 de julio de 1998, determinó:

[...]

#### LA DISTINTIVIDAD

Esta, como función esencial de la marca, radica en diferenciar productos o servicios pertenecientes a una persona o empresa, de otros, haciendo posible que el consumidor los distinga. El signo será distintivo cuando por sí solo sirva para identificar un producto o servicio sin que se confunda con éstos o con las características de los mismos, identificando asimismo el origen empresarial de unos y otros.



Que un signo sea distintivo tiene que ver con su singularidad y por tanto con su individualidad, diferenciándolo así de cualquier otro, lo cual convierte a ésta en una característica que, además de la novedad y de la especialidad, debe reunir aquél para que se le dé reconocimiento como marca. La distintividad exige, en consecuencia, que el signo que se pretende registrar no se confunda con los ya empleados para “distinguir” productos o servicios de la misma especie. Cuando el signo es incapaz de diferenciar unos productos o servicios de la misma clase fabricados o producidos por diferentes empresarios, no puede ser reconocido por la autoridad competente como marca.

[...]

#### LA GENERICIDAD

Conforme al Diccionario de la Real Academia, GENÉRICO es “lo común a muchas especies”, y GÉNERO el “conjunto de seres que tienen uno o varios caracteres comunes”. También es la “clase o tipo a la que pertenecen personas o cosas” o el “conjunto de especies que tienen cierto número de caracteres comunes”. Por su parte, ESPECIE es “el conjunto de cosas semejantes entre sí por tener uno o varios caracteres comunes.”

[...]

En sentido estricto y conforme a doctrina:

Por denominación genérica debe entenderse aquella que, con anterioridad a la fecha de presentación de solicitud de la marca, designa el género o la especie de los productos o servicios que se quiere distinguir con ella.



[...]

Los principios expuestos forman parte del acervo jurisprudencial del Tribunal Andino. Así, en la sentencia dictada el 7 de agosto de 1995, interpretación prejudicial No. O3-IP-95, marca “TUTTI-FRUTTI” (G.O. N° 189 de 15 de septiembre de 1995), respecto de la denominación genérica el Tribunal expresó:

“...la noción de denominaciones genéricas debe comprender, para efectos marcarios, tanto las que se refieren a unidades de un mismo género propiamente dicho como de una misma especie, en la medida en que etimológicamente tanto el uno como la otra hacen relación al conjunto de elementos que tienen uno o varios caracteres comunes y que por tanto no pueden ser objeto de uso exclusivo para identificar el producto o servicio que se trate de registrar. Tanto en la noción de género como en la de especie, que trae el Diccionario de la Real Academia, la comunidad de elementos hace evocar la idea de generalidad. La prohibición de registro se dirige pues, en ambos casos (género y especie), a prevenir que expresiones de uso común o generalizado puedan ser utilizados, vía el registro marcario, para asignarlas como denominación exclusiva de un producto o servicio.’ (Criterio ratificado en las interpretaciones prejudiciales Nos. 14-IP-95, G.O. N° 230 del 16 de octubre de 1996, y 18-IP-95, G.O. N° 231 del 17 de octubre de 1996).”

Se ha sostenido contundentemente en la doctrina que: “Toda palabra que se entienda y reconozca por el público en general...como el nombre o designación de un producto o



servicio, no es marca”.

Así mismo, es importante destacar que una marca denominativa, compuesta de uno o más vocablos genéricos, podría ser registrada siempre y cuando, en su conjunto, revista un suficiente grado de distintividad, que no la haga ver como un vocablo que designe los productos o servicios que pretende identificar, o las cualidades o características principales de dichos bienes. En consecuencia, difícilmente podrá registrarse **un signo que esté compuesto por dos términos genéricos, a los cuales se les interpone una conjunción que no resulta suficiente para desvirtuar la genericidad de los vocablos que lo componen**, hecho que resulta más palpable al momento de observar la representación gráfica del signo solicitado en registro.

[...] (lo resaltado es propio)

En cuanto al alegato de los recurrentes en el sentido que la marca



solicitada , “hay que entenderla como un conjunto” razón por la que “no se pueden sustraer elementos del signo para denegar su inscripción. En este aspecto, resulta evidente que en el signo solicitado, la fuerza expresiva de las palabras que conforman el elemento denominativo “PARQUE DIVERSIONES” le conceden preponderancia sobre el elemento gráfico del signo, ya que los colores, las estrellas, el color y la grafía de las letras no le otorgan mayor atributo distintivo.



Tampoco son de recibo los agravios en cuanto a que la marca de



servicios **PARQUE DIVERSIONES** es evocativa ya que este tipo de marcas de servicios sugieren, en la mente del consumidor medio, alguna idea, característica, calidad o finalidad del servicio brindado; es decir, no debe existir una relación directa entre el servicio ofrecido, su calidad o calidad, con la marca que percibe el público; en otras palabras; la marca evocativa “insinúa” una idea o concepto del servicio, pero no lo define o complementa, como el caso de examen que el término “DIVERSIONES” está directamente relacionado con el “servicio de diversión” y al mismo tiempo resulta sinónimo de los demás servicios que se solicitan proteger “servicio de entretenimiento, esparcimiento y juegos”.

Con respecto a los agravios expresados sobre el riesgo de confusión o engaño de la marca, no haremos referencia, pues tal condición fue subsanada con la limitación de servicios presentada y avalada en la resolución de revocatoria emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 10:15:28 horas del 5 de julio de 2024.

En cuanto a lo indicado por la recurrente de que tiene signos registrados en el país con anterioridad que contienen términos similares al signo solicitado, debe indicársele que cada solicitud es independiente de cualquier otro trámite que se haya presentado, pues de acuerdo con el principio de la independencia de las marcas cada una debe ser analizada respecto de su específico marco de calificación registral. Ello significa que el calificador debe examinar las formalidades intrínsecas y extrínsecas del acto pedido, por lo que



la existencia de registros previos no vincula la decisión del presente expediente.

Con relación a las demás manifestaciones del alegante dirigidas al conocimiento público del nombre comercial con el cual se protege al establecimiento que lleva el nombre de “PARQUE DIVERSIONES”; sus actividades funcionales y giro comercial, asiente este Tribunal en cuanto al conocimiento público de la ubicación del establecimiento comercial, de su naturaleza, y las características de los productos y servicios ofrecidos en dicho establecimiento comercial; debe atender el promovente que una marca de servicios debe distinguir eficazmente los servicios ofrecidos a fin que el consumidor la identifique, reconozca y distinga de otras similares en la misma clase internacional de servicios.

Por las razones expuestas este Tribunal declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la abogada Adriana Calvo Fernández y Luis Eduardo Sibaja Guillén en su condición de apoderados especiales de la **ASOCIACIÓN PRO-HOSPITAL NACIONAL DE NIÑOS**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:14:43 horas del diecisiete de junio de dos mil veinticuatro.

#### POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones que anteceden, por mayoría, se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada Adriana Calvo Fernández y Luis Eduardo Sibaja Guillén en su condición de apoderados especiales de la **ASOCIACIÓN PRO-**



HOSPITAL NACIONAL DE NIÑOS, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:14:43 horas del diecisiete de junio de dos mil veinticuatro, la que en este acto se **confirma**. La jueza Ureña Boza salva el voto. 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 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

Oscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla

Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza

dcg/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

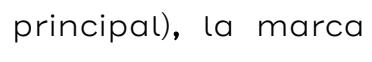


Voto salvado de la jueza Norma Ureña Boza

Quién suscribe, respetuosamente disiente del criterio de mayoría, y emite el presente voto salvado según las siguientes consideraciones.

Tomando en cuenta que la solicitante limitó, con base en el artículo 11 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, la lista de servicios en el siguiente sentido: **clase 41 servicios de entretenimiento, esparcimiento, diversión; y juegos** (ver folio 29 del expediente



principal), la marca  es suficientemente distintiva y no produce engaño, ni confusión al consumidor, el signo se compone de un conjunto de elementos que le otorgan originalidad y novedad. Es una marca mixta al ser conformada por un elemento denominativo y un elemento gráfico, las palabras que lo componen: **“PARQUE DIVERSIONES”**, destaca escritura en grafía especial, en color azul, con una estrella blanca dentro de la letra “P”; en la parte superior de las palabras, se observan 4 estrellas de diversos colores: anaranjado, celeste, rosado y amarillo, en diferentes tamaños. Se solicita para proteger: **servicios de entretenimiento, esparcimiento, diversión; y juegos**, por lo que no existe engaño al consumidor.

Los elementos que la conforman le otorgan la distintividad requerida para ser inscrita, si bien es cierto las palabras que tiene el conjunto: **“PARQUE DIVERSIONES”** son de uso común, estas se acompañan de elementos gráficos y figurativos distintivos y novedosos que le dan identidad propia al signo, lo que lo hace que se diferencie de otros.

La marca solicitada, es una etiqueta compuesta por varios elementos.



Con relación a este tema la Ley de marcas dispone lo siguiente:

**Artículo 28º – 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.

Este Tribunal ha considerado en su jurisprudencia conforme al artículo citado, que la protección en un signo no se extenderá a elementos que sean de uso común y que en su conjunto contiene elementos fuertes, que le otorgan distintividad al signo.

En este sentido en el voto 0096-2019, de las 11:47 horas del 18 de febrero de 2019, este Tribunal dispuso lo siguiente:

Sin embargo, este Tribunal discrepa del criterio vertido por el Registro de instancia, al rechazar la marca  por cuanto el signo propuesto "Galleta cubierta de chocolate BEST con crema de chocolate oscuro", está compuesto por varios elementos, sea, nos encontramos ante una marca mixta, que contiene o contempla tanto palabras como diseño, es una etiqueta compuesta por varios elementos que en conjunto le otorgan distintividad al signo, y hacen que sea distintivo cumpliéndose con las condiciones para ser inscrita, la distintividad es el requisito que debe tener un signo para ser percibido por el consumidor e identificado con el producto, las palabras que componen el signo en este caso junto con el diseño le dan esta característica, por lo tanto es objeto de registración



La distintividad es una característica propia y esencial de la marca que este Tribunal considera que tiene la marca en estudio. Como se indicó anteriormente es una etiqueta y de conformidad con el artículo 28 de la Ley de Marcas es posible su inscripción, que en lo de interesa dispone: “... *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*”.

De más reciente emisión, ver en el mismo sentido, los votos de este Tribunal números 0461-2022 de las 11:15 horas del 26 de octubre de 2022, voto 0043-2023 de las 14:34 horas del 3 de febrero de 2023, en el que se reconoce la distintividad de un signo compuesto por una etiqueta, de conformidad con el artículo 28 de la Ley de marcas citado anteriormente.



Por lo anterior, considero que la marca solicitada para proteger en clase 41 **servicios de entretenimiento, esparcimiento, diversión; y juegos**, no infringe la prohibición del artículo 7 incisos g y j de la Ley de marcas y otros signos distintivos, por lo que corresponde declarar con lugar el recurso de apelación interpuesto. Es todo.

Norma Ureña Boza

Juez de Tribunal



MARCAS INADMISIBLES

T.E: MARCAS INTRÍSECAMENTE INADMISIBLES

TNR: 00.41.53

MARCAS INTRÍSECAMENTE INADMISIBLES

TG. MARCAS INADMISIBLES

TNR. 00.60.55