



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2024-0481-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA DE FABRICA Y
SERVICIOS

tubi

TUBI, INC., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL. EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2024-5833

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0276-2025

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a
las quince horas con cuarenta y tres minutos del cinco de junio de dos
mil veinticinco.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por la
abogada Marianella Arias Chacón, cédula de identidad 1-0679-
0960, vecina de Escazú, en su condición de apoderada especial de
la compañía **TUBI, INC.**, constituida y existente bajo las leyes del
Estado de Delaware, Estados Unidos de América, con domicilio 10201
West Pico Blvd, Los Angeles, California 90035, EE. UU., en contra de
la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las
15:41:00 horas del 7 de octubre de 2024.

Redacta el juez Gilbert Bonilla Monge.

CONSIDERANDO



PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 5 de junio de 2024, la abogada Marianella Arias Chacón, en la condición indicada, solicitó

la inscripción de la marca de fábrica y servicios para proteger productos y servicios en clases 9, 35, 38, 41 y 42 de la nomenclatura internacional de Niza.

tubi

Una vez analizada la solicitud, mediante resolución dictada a las 15:41:00 horas del 7 de octubre de 2024, el Registro de la Propiedad Intelectual rechazó la inscripción de la marca solicitada

tubi

, por derechos de terceros al presentar similitud gráfica y fonética con los signos registrados **TUBBY EVOLUTION**, además por la relación existente entre productos, servicios y giro comercial, lo cual podría provocar en los consumidores riesgo de confusión o asociación empresarial, de conformidad con el artículo 8 incisos a), b) y d) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).


Inconforme con lo resuelto, la representación de la compañía solicitante **TUBI, INC.**, interpuso recurso de revocatoria con apelación en subsidio y expresó en sus agravios lo siguiente:

1. La razón en que se fundamentó el Registro de la Propiedad Intelectual para rechazar la solicitud de inscripción de la marca pretendida es incorrecta, por cuanto no consideró que el signo cumple con los requisitos necesarios para poder acceder a la corriente registral, ya que posee suficientes diferencias respecto a los signos registrados.



2. La compañía TUBI, INC., es de origen norteamericano y de importancia en el mundo del entretenimiento, lanzada el 1 de abril de 2014, la cual es parte del grupo económico FOX ENTERTAINMENT, y dirige la aplicación líder de streaming gratis de contenido premium, que se identifica por su propio nombre TUBI, información que se comprueba al ingresar a la página de internet www.tubitv.com, donde también se obtiene más detalles acerca de esta y del contenido streaming que ofrece, siendo que a través de esa aplicación se logra acceder a un amplio catálogo de películas y series por medio del servicio de streaming, que puede ser utilizado en Costa Rica, Estados Unidos, Canadá, México, Guatemala, El Salvador, Panamá, Australia y Nueva Zelanda, donde se pueden ver series y películas de compañías como Warner Brothers, Lion Gate, MGM y Paramount. De aquí, se está ante un segmento muy determinado de consumidores, que buscan un servicio de streaming de películas y series.



3. Por medio del signo , la empresa CUESTAMORAS OPERATIVA CMO, S.A., identifica un juego para deslizarse situado en el Centro Comercial Oxígeno en Heredia; además se está ante una atracción temporal como se desprende de la información del sitio de internet www.oxigeno.com, página que pertenece a ese centro comercial; por lo cual se está ante un servicio de diversión con un segmento de mercado definido y que no logra confundirse con el servicio de streaming de películas y series, asimismo ese nombre comercial la única información que registra respecto a su operación, es la actividad de deslizamiento realizada en el verano en ese lugar.

4. A pesar de encontrarse con signos que distinguen productos y

WWW.TRA.GO.CR



servicios en las mismas clases, no se relación entre sí, pues van dirigidos a un segmento de mercado y propósito determinado; además, la autoridad registral realizó un examen rápido a la marca pretendida, y dejó de lado tanto sus elementos característicos que la conforman, como las disimilitudes que existen con respecto a los productos; en consecuencia, es imposible que el consumidor se confunda, aunado a esto, el Registro fundamentó el rechazo de la solicitud con base en la confusión que se presenta con las marcas que citó, confusión que no se presenta, debido a que esos signos conviven pacíficamente y el consumidor no se confunde; por ende, no concurre motivo alguno para que la marca de su representada no logre coexistir en el mercado.

En el análisis que efectuó el Registro a la marca pretendida, dejó de lado la categoría de productos, los establecimientos comerciales, sus consumidores y los servicios de streaming, que no se encuentran incluidos en la especificación de productos y servicios indicados, de igual forma, no consideró que su representada posee inscrita desde el 22 de abril de 2024, la marca TUBI, registro 323478, en clase 35 y 42. Por lo antes indicado, el análisis que realizó la autoridad registral va en contra de la lógica jurídica y el sentido común, además tiene el deber de analizar la marca en su conjunto como un todo y considerar los productos, servicios y el segmento del mercado al cual se dirige.

tubi

5. De la comparación entre la marca solicitada

TUBBY
EVOLUTION

signo registrado , se determina poseen suficientes



diferencias que les permiten su coexistencia registral, por cuanto gráficamente la marca pretendida se compone por una palabra escrita en forma estilizada y el signo inscrito se conforma de dos vocablos, siendo que el término **EVOLUTION** le otorga diferencia e imposibilita la confusión alegada por la autoridad registral; fonéticamente las marcas están compuestas por un número distinto de palabras y sílabas, por tal razón los sonidos que emiten al ser pronunciadas difieren entre estas e ideológicamente al estar frente a marcas de fantasía, no presentan significado alguno; en consecuencia, los signos pueden coexistir, no se confunden entre sí como tampoco ocasionan confusión, además el término del cual se compone la marca pretendida es la denominación social de la sociedad gestionante, lo cual le añade diferencia a la marca solicitada y hace que pueda coexistir registralmente con los signos inscritos, al lograr el consumidor identificar el origen empresarial de la aplicación y sus

servicios de streaming por medio de su marca

tubi

Finalmente, como sustento de sus agravios adiciona jurisprudencia emanada por la Sección Tercera del Tribunal Superior Contencioso Administrativo, sentencia dictada a las 13:50 horas del 30 de noviembre de 1994; Sala Primera del Tribunal Supremo de España, sentencia del 2 de junio de 1986; Sección Tercera del Tribunal Superior Contencioso Administrativo, sentencia número 163 del 28 de febrero de 2001, emitida a las 9:30 horas; Sala Tercera Española, sentencia del 15 de marzo de 1976 y Tribunal Registral Administrativo, voto 0491-2017, dictado a las 9:35 horas del 28 de setiembre de 2017.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal

WWW.TRA.GO.CR



enlista como hechos con tal carácter, relevantes para lo que debe ser resuelto, que, en el Registro de la Propiedad Intelectual, se encuentran inscritos a nombre de la empresa CUESTAMORAS OPERATIVA CMO, S.A., los siguientes signos:



1. Marca de servicios **TUBBY EVOLUTION**, registro 275854, inscrita desde el 13 de diciembre de 2018 y vigente hasta el 13 de diciembre de 2028, protege en **clase 41**: educación, formación, servicios de entretenimiento, actividades deportivas y culturales (folios 46 y 47 del expediente de origen).



2. Nombre comercial **TUBBY EVOLUTION**, registro 275855, inscrito desde el 13 de diciembre de 2018, para proteger un establecimiento comercial dedicado a brindar servicios de educación, formación, servicios de entretenimiento, actividades deportivas y culturales, ubicado en San José-Santa Ana Uruca, Radial Santa Ana - Belén, Condominio Vertical de Oficinas Forum 6, Edificio Cuestamoras, tercer piso (folios 48 y 49 del expediente principal).

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

CUARTO. SOBRE EL 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. COTEJO DE LOS SIGNOS ENFRENTADOS. La Ley de marcas, en su artículo 2, define a 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.

De ahí que, la marca es el signo capaz de identificar y distinguir un producto o servicio de otros en el mercado. La aptitud distintiva y lo que provoque en el consumidor es la esencia de la marca, la distintividad constituye el fundamento de su protección, porque no solo le otorga al producto o servicio de que se trate una identidad propia que la hace diferente a otras, sino que contribuye a que el consumidor pueda distinguirla eficazmente de otras pertenecientes a los competidores en el mercado, evitando así que pueda presentarse alguna confusión al respecto.

Para determinar si un signo contiene esta aptitud distintiva, el registrador ha de realizar un examen de los requisitos sustantivos, intrínsecos y extrínsecos, y determinar que no se encuentre comprendido en las causales de rechazo contenidas en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas, referidas a la capacidad misma del signo para identificar el producto o servicio, y que no vaya a producir un riesgo de confusión a los consumidores respecto de su origen empresarial.



En este sentido, el artículo 8 de la Ley de marcas, determina en forma clara que ningún signo podrá ser registrado como marca, cuando ello afecte algún derecho de terceros por encontrarse en alguno de los supuestos contenidos, entre:

[...]

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.

[...]

d) Si el uso del signo es susceptible de causar confusión, por ser idéntico o similar a un nombre comercial o emblema usado en el país por un tercero desde una fecha anterior.

[...]

Para determinar las semejanzas entre los signos es necesario recurrir al cotejo de ellos, así como al análisis de los productos o servicios que cada uno distingue. En este sentido, el artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas (decreto ejecutivo 30233-J) establece reglas que se deben seguir:



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.

[...]

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;

[...]

Así las cosas y en atención al caso bajo examen, la marca solicitada y los signos inscritos son los siguientes:

Marca de fábrica y servicios solicitada

tubi



Clase 9: software descargable para transmitir contenidos audiovisuales y multimedia a través de Internet y redes de comunicaciones globales; software descargable para transmitir contenido audiovisual y multimedia a televisores y dispositivos electrónicos digitales móviles; software descargable para buscar, organizar y recomendar contenidos multimedia; software descargable para la entrega inalámbrica de contenidos; software descargable para comprar, acceder y ver películas, programas de televisión, vídeos y contenido multimedia; aplicaciones móviles descargables para acceder y transmitir contenido audiovisual y multimedia a través de Internet y redes de comunicaciones globales; software descargable para proporcionar recomendaciones en materia de entretenimiento, películas, programas de televisión, eventos deportivos, música en vivo, noticias, negocios y política; software descargable que utiliza inteligencia artificial para proporcionar recomendaciones en el ámbito del entretenimiento, películas, programas de televisión, eventos deportivos, música en vivo, noticias, negocios y política; software descargable para la producción artificial de voz y texto humanos; software descargable para procesamiento, generación, comprensión y análisis de lenguaje natural; software descargable para software de procesamiento de voz y lenguaje basado en aprendizaje automático; software de chatbot descargable para simular conversaciones; software descargable para crear y generar texto; software descargable que utiliza inteligencia artificial para encuestas y cuestionarios administrados.

Clase 35: publicidad, promoción y comercialización de productos y servicios de terceros; difusión de publicidad para terceros a través de Internet y en dispositivos y aplicaciones móviles, aplicaciones de



software y sitios web; publicidad en línea para terceros, a saber, suministro de espacios publicitarios en sitios web, aplicaciones de software, dispositivos electrónicos y dispositivos y aplicaciones móviles.

Clase 38: transmisión en continuo (streaming) de contenidos audiovisuales y multimedia a través de Internet; transmisión y entrega de contenidos audiovisuales y multimedia a través de Internet; servicios de transmisión de vídeo por pedido.

Clase 41: servicios de entretenimiento en forma de series de televisión y películas en curso en los campos de acción, aventuras, animación, anime, biografía, clásicos, comedia, crimen, documental, drama, fe, familia, fantasía, cine negro, historia, terror, internacional, musical, misterio, romance, ciencia ficción, deportes, películas de suspenso, guerra y del oeste; servicios de entretenimiento en forma de realización de exposiciones y convenciones sobre televisión y cine, y personajes de televisión y cine; servicios de entretenimiento en forma de desarrollo, creación, producción, distribución y postproducción de películas cinematográficas, programas de televisión, eventos especiales y contenido de entretenimiento multimedia; servicios de entretenimiento en forma de espectáculos teatrales, musicales o cómicos en vivo; servicios de parques de atracciones; servicios de clubes de fans; producción y distribución de películas cinematográficas y programas de televisión; suministro de servicios de entretenimiento a través de una red de comunicación global en sitios web sobre la naturaleza que presentan una amplia variedad de información de entretenimiento de interés general relacionada con películas cinematográficas, programas de programas de televisión, vídeos musicales, fragmentos de películas relacionados, fotografías y



otros materiales multimedia; suministro de videoclips en línea no descargables y otro contenido digital multimedia que contenga audio, vídeo, obras de arte y/o texto de una serie de televisión en curso o relacionado con ella; información de entretenimiento proporcionada a través de un sitio web; suministro de películas y programas de televisión no descargables a través de un servicio de transmisión de vídeo a la carta; proporcionar información, reseñas y recomendaciones sobre películas y programas de televisión a través de un sitio web y servicios de transmisión de vídeo por pedido.

Clase 42: alojamiento de contenidos digitales en Internet; alojamiento y mantenimiento de una comunidad en línea que presenta contenido audiovisual en los ámbitos de noticias, entretenimiento, deportes, comedia, teatro, música y vídeos musicales; suministro de software en línea no descargable para la producción artificial de voz y texto humanos; suministro de software en línea no descargable para el procesamiento, generación, comprensión y análisis de lenguaje natural; suministro de software en línea no descargable para software de procesamiento de lenguaje y voz basado en aprendizaje automático; suministro de software de chatbot en línea no descargable para simular conversaciones; suministro de software en línea no descargable para crear y generar texto; proporcionar software en línea no descargable que utiliza inteligencia artificial para encuestas y cuestionarios administrados, ninguno de los anteriores están relacionados con bicicletas y componentes de bicicletas.

Marca de servicios registrada

Número de registro 275854



Clase 41: educación, formación, servicios de entretenimiento, actividades deportivas y culturales.

Nombre comercial inscrito
Número de registro 275855



Un establecimiento comercial dedicado a brindar servicios de educación, formación, servicios de entretenimiento, actividades deportivas y culturales, ubicado en San José-Santa Ana Uruca, Radial Santa Ana – Belén, Condominio Vertical de Oficinas Forum 6, Edificio Cuestamoras, tercer piso.

Después de analizar detalladamente los signos en conflicto y valorando los agravios de la apelación, se determina que a nivel gráfico, se trata de signos mixtos, la marca solicitada se encuentra escrita en una tipografía especial, conformada por la palabra **tubi**, escrita en letras minúsculas negras, su letra inicial “t” presenta en la parte derecha de su travesaño un círculo negro; los signos inscritos se conforman por los términos **TUBBY** y **EVOLUTION**, escritos en letras mayúsculas, en una grafía especial, la palabra **TUBBY**, presenta correspondientemente los colores azul, rosado, morado y azul, el término secundario **EVOLUTION**, se muestra en color rojo, a pesar de que los signos registrados se conforman por una tipografía y colores distintos, la marca solicitada se encuentra casi contenida en el



elemento gramatical de mayor percepción de los signos registrados, sea el término **TUBBY**, como se aprecia los signos comparten las primeras tres letras **tub/TUB**, sus únicas diferencias radican en la letra “i”, “B” e “Y”, con que estos finalizan; de ahí que, los distintivos marcarios sean semejantes, por cuanto a golpe de vista el consumidor suele guardar un recuerdo imperfecto de las marcas, y en este caso la percepción visual hace que se asemejen bastante, por lo cual el consumidor se podría ver inducido a un riesgo de confusión o asociación empresarial.

Desde el punto de vista fonético o auditivo, la semejanza en la parte denominativa de los signos **tubi/TUBBY**, provoca que la pronunciación de ambas palabras tenga una fonética análoga, lo que viene a reafirmar el riesgo de confusión o asociación.

Desde la óptica ideológica, los signos no evocan idea o concepto alguno en la mente del consumidor al configurarse en signos de fantasía, pero por su composición gramatical similar, podría el consumidor asociarlos a un mismo origen empresarial.

Por todo lo anterior, no puede este Tribunal dejar de considerar el inminente riesgo de confusión o asociación empresarial que podría darse, ya que los distintivos marcarios son confundibles dada la similitud gráfica y fonética, en torno a las palabras **tubi** y **TUBBY**.

Ahora bien, recordemos que, si los signos son totalmente diferentes, no se incluyen dentro del cotejo los productos o servicios, porque basta que no se confundan entre sí y que el consumidor al verlos no los relacione. El problema surge si existe algún tipo de identidad o similitud entre estos, para lo cual también podríamos considerar al



caso en examen la aplicación del principio de especialidad, en el sentido de que los productos o servicios deben ser totalmente diferentes y esto incluye, que ni siquiera se puedan relacionar.

De ahí que, pueden existir en el mercado signos inscritos iguales o similares, pero protegiendo productos o servicios disímiles, situación que no se ajusta al caso bajo examen, por cuanto la marca de servicios registrada protege en clase 41: educación, formación, servicios de entretenimiento, actividades deportivas y culturales; y el nombre comercial inscrito, protege un establecimiento comercial dedicado a brindar servicios de educación, formación, servicios de entretenimiento, actividades deportivas y culturales; y la marca de fábrica y servicios solicitada es las clases 9, 35, 38, 41 y 42 internacional, por lo que lleva razón el Registro de la Propiedad Intelectual al indicar que pretende la protección y comercialización de actividades estrechamente relacionadas con las que protegen y comercializan los signos inscritos, en especial con relación a actividades de entretenimiento, como por ejemplo Software informático descargable que en distintos medios permite acceder y transmitir contenido relacionado a actividades de aprendizaje para niños y juegos; películas y programas de televisión descargables con historias de ficción y no ficción, sobre una gran variedad de temas que incluyen música, representaciones dramáticas y no dramáticas, animé, biografía, clásicos, comedia, documental, fe, familia, fantasía, historia, internacional, ciencia ficción, deportes y guerra entre otros, así como artículos y accesorios que permiten y facilitan su acceso; así como el uso de web global para la transmisión y retransmisión de estos, por lo que, si bien la titular es específica en cuanto a ámbito de protección que resguarda con su marca, no podríamos obviar que la solicitante pese a ser más amplia en el contenido de protección de sus



productos y servicios estos se encuentran comprendidos en los que protege la titular de los signos inscritos, pues se refieren a educación, entretenimiento, deporte, cultura, por lo que no es posible otorgarle protección registral, ante el riesgo de confusión entre las marcas como su origen empresarial.

Con respecto al agravio que entre los signos se presentan suficientes diferencias que permiten su coexistencia registral, debido a que la marca pretendida se compone por una palabra escrita en forma estilizada y el signo inscrito se conforma de dos vocablos TUBBY y EVOLUTION, siendo el segundo término el que otorga distintividad e imposibilita la confusión alegada por la autoridad registral, además que fonéticamente están conformados por un número distinto de palabras y sílabas. De ahí que, considera este Tribunal que no lleva razón la recurrente, pues con base en el cotejo antes realizado, se concluyó que existe similitud a nivel gráfico y fonético por el elemento de mayor percepción que poseen los signos **tubi**/TUBBY, siendo esta semejanza la que puede ocasionar en la mente del consumidor la idea de que la marca propuesta es una variación de los signos inscritos, además la marca que debe presentar distintividad para diferenciarse de los signos inscritos es la solicitada.

Con respecto a lo manifestado por la parte apelante, sobre las diferencias que presentan los productos y servicios de los signos en

conflicto, al establecer que la marca solicitada

tubi

TUBBY
EVOLUTION

, distingue servicios streaming y el signo inscrito , protege una atracción temporal de deslizarse en las instalaciones del Centro



Comercial Oxígeno, y que se dedicada a servicios de educación, formación, entretenimiento, actividades deportivas y culturales; en consecuencia, los productos y servicios de cada signo son distintos entre sí, este Tribunal estima importante señalar que, el riesgo de confusión va más allá de entender que el consumidor pueda confundirse al adquirir un producto o servicio pensando que es otro, sino que, además en el entendido de que no reconozca o distinga la diferencia existente entre los signos y su origen empresarial al ser semejantes y proteger productos y servicios que guardan relación entre sí; por cuanto, si bien los productos y servicios pretendidos son enfocados a una aplicación de “streaming” de películas y series, la solicitante no efectuó ninguna limitación en lo pretendido, de ahí que, tal situación conlleve a que se pueda generar un eventual riesgo de confusión o asociación para el consumidor quien ante esa situación no logre identificar de manera asertiva el correspondiente origen empresarial, al estar descritos los productos y servicios protegidos de forma abierta y general, abarcando un amplio campo de acción comercial, y dentro del cual se contemplen los servicios solicitados; razón por la cual sus consideraciones no son de recibo.

En cuanto a la jurisprudencia señalada por la recurrente como sustento de sus agravios, considera este Tribunal que si bien proporcionan un soporte conforme a la normativa marcaria bajo determinados criterios, estos aportes jurisprudenciales no son determinantes para la inscripción de un signo marcario, en razón de que todo signo ingresado a la corriente registral debe ser valorado y analizado conforme a su propia naturaleza y fin, sea, en apego al principio de independencia de las marcas, por lo que debe analizarse de manera independiente y superar el proceso de calificación registral contenido en los numerales 7 y 8 de la Ley de marcas, razonamientos



que cada día son depurados y prevén un mayor control en aras de no lesionar los derechos inscritos como el de los consumidores, ajustándose dicha actividad ejercida por el operador jurídico al contenido del artículo 1 de la Ley de citas, así como del artículo 11 de la Ley General de la Administración Pública y 11 de nuestra Constitución Política.

Por otra parte, con relación a la inscripción de la marca **TUBI**, registro 323478, en clase 35 y 42 internacional; considera este órgano de alzada, que ese alegato tampoco resulta vinculante, pues conforme al principio de independencia marcaria, cada marca debe analizarse en forma individual y el acto de concesión o denegación debe estar debidamente motivado, es un acto autónomo e independiente de otros casos, aun cuando sean similares.

Finalmente, en cuanto al argumento expuesto por la apelante acerca de la importancia en el mundo del entretenimiento y de la trayectoria de la compañía TUBI, INC., que es parte del grupo económico FOX ENTERTAINMENT; cabe señalar a la apelante que sin demeritar la gran trayectoria de su representada como del grupo económico al que pertenece, esto no es parte del marco de calificación al momento de solicitar una inscripción marcaria, y sin dejar de lado que claramente se ha demostrado en el cotejo marcario realizado, que la marca solicitada no puede coexistir con los signos registrados en el comercio, dadas sus similitudes, gráficas, fonéticas y la relación entre productos, servicios y giro comercial, en consecuencia, se rechazan sus argumentaciones en ese sentido.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos expuestos, este Tribunal determina que el signo solicitado violenta los



incisos a), b) y d) del artículo 8 de la Ley de marcas, por lo que se debe declarar sin lugar el recurso de apelación presentado por la compañía TUBI, INC., en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual, la que en este acto se confirma.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada Marianella Arias Chacón, en su condición de apoderada especial de la compañía **TUBI, INC.**, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:41:00 horas del 7 de octubre 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.**

Karen Quesada Bermúdez

Óscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla



Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza

euv/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO

TE: MARCAS EN TRÁMITE DE INSCRIPCIÓN

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33