



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0166-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA

DEL SIGNO

The Creative Life

TCL TECHNOLOGY GROUP CORPORATION, apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2024-10979)

MARCAS Y OTROS SIGNOS

VOTO 0456-2025

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

Recurso de apelación interpuesto por la abogada María de la Cruz Villanea Villegas, cédula de identidad 1-0984-0695, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa **TCL TECHNOLOGY GROUP CORPORATION** sociedad organizada conforme a las leyes de China, domiciliada en TCL Technology Building, 17 Huifeng 3rd Road, Zhongkai High Technology Development District, Huizhou, Guangdong, China, 10903 China, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 8:57:12 del 24 de febrero de 2025.

Redacta el Juez Cristian Mena Chinchilla

CONSIDERANDO



PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 23 de octubre de 2024, la abogada María de la Cruz Villanea Villegas, en la condición indicada presentó solicitud de inscripción de la marca de fábrica y servicios **The Creative Life**, para proteger y distinguir productos y servicios en las siguientes clases:

Clase 07: Lavadoras; Barredoras inalámbricas; Lavaplatos [máquinas]; Máquinas de cocina eléctricas; Máquinas para la fabricación de semiconductores; Máquinas para la fabricación de semiconductores; Maquinaria de procesamiento de láminas de semiconductores; Equipo de procesamiento de láminas de semiconductores; Dínamos; Generadores móviles de energía eléctrica; Máquinas de fabricación de chips de memoria; Lavadoras con tambor de secado integrado; Aparatos electromecánicos para preparar alimentos; Motores eléctricos para neveras; Mezcladoras [máquinas]; Lavadoras eléctricas; Compresores para aparatos de aire acondicionado.

Clase 09: Televisores; Monitores; Monitores de vídeo; Cajas de altavoces; Micrófonos; Pilas eléctricas; Teléfonos celulares; Tabletas electrónicas; Rúters de redes informáticas; Proyector de vídeo; Interfonos; Terminales interactivos con pantalla táctil; Letreros digitales; Programas informáticos grabados; Adaptadores eléctricos; Programas de juegos de realidad virtual (software); Cerraduras de puerta digitales; Timbres de puerta eléctricos; Cámaras digitales; Básculas para cuartos de baño; Ordenadores ponibles; Software de bot conversacional para simular conversaciones; Robots humanoides con funciones de comunicación y aprendizaje para asistir y entretener



a personas; Semiconductores; Chips [circuitos integrados]; Estaciones de recarga para vehículos eléctricos; Paneles solares fotovoltaicos; Aparatos fotovoltaicos para generar electricidad; Células fotovoltaicas; Paneles solares; Luces de señalización de emergencia; Transformadores eléctricos; Auriculares; Relojes inteligentes; Gafas inteligentes; Anillos inteligentes; Controladores remotos para controlar productos electrónicos; Inversores fotovoltaicos; Soportes para fijar televisores de pantalla plana.

Clase 11: Refrigeradores; Congeladores; Aparatos y máquinas de hielo; Ventiladores eléctricos para ventilar; Radiadores eléctricos; Freidoras de aire caliente; Purificadores de aire; Calentadores de baño; Saturadores; Calentadores de bolsillo; Aparatos e instalaciones de cocción; Instalaciones de depuración de aguas residuales; Aparatos para filtrar el agua; Membranas para aparatos de filtrar el agua; Filtros de membrana de ósmosis inversa para el tratamiento del agua; Lámparas [aparatos de iluminación]; Aparatos e instalaciones de alumbrado; Calentadores de cuarto de baño; Instalaciones de aire acondicionado; Bombas de calor.

Clase 37: Mantenimiento y reparación de aparatos de calefacción; Instalación y reparación de sistemas de calefacción; Instalación y reparación de aparatos de refrigeración; Instalación y reparación de aparatos eléctricos; Instalación, mantenimiento y reparación de hardware; Instalación y reparación de aparatos de aire acondicionado; Instalación, reparación y mantenimiento de ordenadores y equipos periféricos informáticos; Servicios de instalación y mantenimiento de instalaciones fotovoltaicas; Reparación o mantenimiento de aparatos de iluminación eléctrica; Reparación o mantenimiento de máquinas y



aparatos de videofrecuencia; Reparación o mantenimiento de equipo de comunicación; Reparación o mantenimiento de máquinas y aparatos de prensado de basura; Reparación o mantenimiento de máquinas y aparatos para aplastar y triturar basura; Consultoría sobre las tecnologías de información en relación con la instalación, el mantenimiento y la reparación de hardware; Reparación o mantenimiento de aparatos para la depuración del agua.

Clase 40: Procesamiento de obleas de semiconductor; Alquiler de generadores; Generación de electricidad a partir de energía solar; Alquiler de generadores de electricidad; Arrendamiento de equipos para generar energía; Producción de energía; Generación de electricidad a partir de energía eólica; Reciclaje de plástico; Reciclaje de metales; Tratamiento del agua; Arrendamiento de equipos para depuración de aguas; Reciclaje de residuos y desechos; Suprarreciclaje [revalorización de materiales de desecho]; Eliminación de residuos [tratamiento de residuos]; Reciclaje de desechos; Tratamiento de aguas tóxicas; Afinado de metales; Procesamiento de plástico.

Clase 42: Provisión de motores de búsqueda para Internet; Investigación en el ámbito de la tecnología de la inteligencia artificial; Investigación en materia de procesamiento de datos; Diseño de paquetes de semiconductores; Diseño de semiconductores; Planificación y diseño técnicos de centrales eléctricas; Servicios de consultoría tecnológica en el ámbito de la generación de energía alternativa; Investigación tecnológica Desarrollo de productos para terceros; Investigación y desarrollo de nuevos productos para terceros; Auditorías sobre energía; Investigación en el campo de la energía;



Servicios de diseño relacionados con circuitos integrados; Consultoría sobre diseño de sitios web Investigación científica en el ámbito de la protección medioambiental; Consultoría técnica de ingeniería medioambiental; Servicios informáticos en la nube; Servicios de consultoría técnica relacionados con la tecnología de la información; Investigación tecnológica; Almacenamiento electrónico de datos.

Mediante documento presentado el 6 de diciembre de 2024, la representación de la empresa **TCL TECHNOLOGY GROUP CORPORATION**, solicitó dividir las clases; lo cual el Registro admitió mediante resolución de las 11:22:48 horas del 10 de diciembre de 2024, resultando que las clases 7, 9 y 11 se verán en el expediente 2024-10979, objeto de este recurso; mientras que las clases 37, 40 y 42 serán estudiadas en expediente separado, bajo el número 2024-12681.

El Registro de la Propiedad Intelectual rechazó la inscripción de la marca solicitada por derechos de terceros conforme el artículo 8 incisos a y b de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas), puesto que existe la posibilidad de causar confusión al público consumidor al existir marcas similares que comparten el término CREATIVE y protegen servicios de clases 7, 9 y 11, por lo cual su naturaleza se relaciona y el consumidor podría pensar que son del mismo origen empresarial.

Inconforme con lo resuelto, la apoderada de la empresa **TCL TECHNOLOGY GROUP CORPORATION**, apeló y expuso como agravios lo siguiente:



1. Indica que la empresa solicitante es un actor global importante en el sector electrónico de consumo y una de las marcas más famosas en televisores del mundo.
2. La frase "The Creative Life" corresponde a un lema utilizado por TCL Technology Group Corporation, reconocida globalmente en el sector de la tecnología y la electrónica; especialmente en el ámbito de los televisores, electrodomésticos y productos inteligentes.
3. Se está incurriendo en un análisis fraccionado de las marcas registradas en comparación con la solicitada, se toma en consideración sus partes por separado no así el conjunto y sobre todo la gran diferencia que existe en los productos. El origen empresarial de las marcas resulta crucial para el análisis, THE CREATIVE LIFE es una marca que comercializa todo tipo de electrónicos, como televisores, electrodomésticos, todo lo relacionado con sonido, cámaras, máquinas, en cambio las marcas registradas CREATIVE, CREATIVA & Diseño y CREATIVA protegen todos los productos como equipos para televisión, fabricación de maquinaria a medida, aparatos electrónicos, entre otros, convirtiéndose una posible confusión del consumidor en algo no factible. La marca solicitada se enfoca en la industria de materiales y pantallas de semiconductores, mientras que las registradas protegen todos soportes para TV, maquinaria industria, entre otros; distinción clara, ya que el método para acceder a los productos de cada marca es diferente y fácilmente reconocible.
4. El extracto de TMview demuestra el impacto global de la marca



y el principio de territorialidad no se debe malentender como la autonomía total para decidir si una marca cuenta con nivel distintivo para ser registrada o no.

5. Realiza su propio cotejo, concluyendo que no hay similitud y menciona los votos del TRA 154-2010-TRA-PI y 813-2011-TRA-PI, donde refiere que las marcas con productos de la misma clase, pero totalmente diferentes no pueden causar algún tipo de confusión al consumidor promedio, y que por principio de especialidad pueden coexistir pacíficamente por su distintividad. Amplía en las diferencias en el diseño y en la naturaleza de los productos, los cuales considera distintos.

Por último, solicita que se declare sin lugar la resolución recurrida y continúe con el trámite de registro del signo pretendido.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hechos de tal naturaleza y relevantes para el dictado de la presente resolución que, en el Registro de la Propiedad Intelectual, se encuentran inscritos los siguientes signos marcarios:

1. Marca de fábrica **LIFE**, registro 40495, inscrita el 11 de mayo de 1970, vigente hasta el 11 de mayo de 2025 (en periodo de gracia), en clase 9 internacional, para proteger y distinguir: Películas cinematográficas, fotográficas, de televisión, propiedad de TI GOTHAM INC. (imagen 7 del legajo de apelación).



CREATIVE

2. Marca de fábrica y comercio registro

173238, inscrita el 14 de marzo de 2008, vigente hasta el 14 de marzo de 2028, en clase 9 internacional, para proteger y distinguir: Máquinas, equipos, dispositivos y soportes (físicos) (hardware) de computadoras, conjunto de medios y/o programas para computadoras, memorias de computadoras, interfases y/o conexiones entre dos dispositivos para computadoras, aparatos periféricos de computadores, programas de juegos para computadoras, almohadillas para ratones de computadoras, ratones para computadoras, computadoras (incluyendo unidades centrales de procesamiento y equipo periférico para computadoras), programas para computadora grabados en discos y cintas magnéticas, datos grabados en formas accesibles por computadora, medios magnéticos de datos, discos magnéticos, transportadores magnéticos de datos, módems, parlantes, componentes de parlantes, diseñados para reproducir únicamente frecuencias sonoras de tonalidades muy bajas, auriculares de cabeza, auriculares de oído, sistema de parlantes, microprocesadores, sistemas de microprocesadores que consisten en teclados, aditamentos para computadores personales, palancas y/o brazos (joysticks) de control para computadoras, dispositivo de disco, sitios diseñados específicamente para computadoras, amplificadores, aparatos e instrumentos receptores, grabadores y reproductores de sonido y de videos, teléfonos, micrófonos, discos versátiles digitales, tarjetas sonoras, equipo portátil de cámara con televisión y que incorpora un vcr (camcorder) para video digital, conductor de CD-ROM, reproductor de CD-ROM, Micro lógico (circuitos



integrados), aparatos para registrar, transmitir y reproducir sonidos, video o imágenes, aparatos e instrumentos para usarse en relación a programas de computadoras, tarjetas codificadas y magnéticas, controles remotos, discos suaves y transportadores de discos suaves, circuitos electrónicos transportadores de datos programados, cintas magnéticas electrónicas transportadoras de datos programados, discos magnéticos electrónicos transportadores de datos programados, productos de programas de multimedia, equipo para grabación de discos, modulador de música, editor de música, interfase midi, causadores (effectors), reproductores de audio digital, procesadores de señales digitales, reverberadores, ecualizadores, controladores midi de pie, grabadores magnéticos para datos, digitales de instrumentos músicos electrónicos o de otros aparatos midi, compresión y descompresión de audio de algoritmos, medios ópticos de datos, aparatos para el registro, transmisión y reproducción de sonidos e imágenes, monitores, propiedad de Creative Technology LTD. (imagen 8 y 9 del legajo de apelación).

CreaTiva.

3. Marca de fábrica y servicios **CreaTiva.**, registro 248839, inscrita el 17 de diciembre de 2015, vigente hasta el 17 de diciembre de 2025, en clase 7 internacional, para proteger y distinguir: Fabricación de maquinaria a la medida para la industria manufactura, y clase 42 para el diseño de maquinaria a la medida para la industria manufactura,



propiedad de Creativa RAAL Industrial S.A. (imagen 10 y 11 del legajo de apelación).

4. Marca de fábrica y comercio CREATIVA, registro 275297, inscrita el 9 de noviembre de 2018, vigente hasta el 9 de noviembre de 2028, en clase 11 internacional, para proteger y distinguir: Aparatos de eléctricos de cocción, para cocinar, calentar, enfriar y preparar bebidas calientes, frías o refrigeradas, cafeteras de filtro eléctrico, cafeteras eléctricas, cafeteras eléctricas para uso doméstico, máquinas de café eléctricas, y partes constitutivas de estos productos; y productos de la clase 30, propiedad de SOCIÉTÉ DES PRODUITS NESTLÉ S.A. (imagen 12 y 13 del legajo de apelación).

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. No se encuentran hechos con tal carácter que resulten 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. COTEJO DE LOS SIGNOS ENFRENTADOS. De conformidad con la Ley de marcas y su Reglamento, todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo, por lo que no debe generar confusión en relación con otros debidamente inscritos o en trámite de inscripción; y esta es la esencia del derecho exclusivo que una marca



inscrita confiere a su titular.

Entre menos aptitud distintiva posea un signo, mayor será la probabilidad de confusión, toda vez que la semejanza entre los signos puede inducir a los consumidores a error en cuanto a la procedencia o el origen de los productos que adquiere. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre productos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador, por ende, no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

La legislación marcaria enumera una serie de prohibiciones de registro, cuando existe un derecho subjetivo de un tercero que podría verse perjudicado por el signo que se pretende inscribir. Al respecto, el artículo 8 de la Ley de marcas, determina en forma clara que ningún signo podrá ser registrado, cuando ello afecte algún derecho de terceros por encontrarse en alguno de los supuestos contenidos, en los incisos a y b que señalan:

- 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.

De acuerdo con la norma anterior, no es registrable como marca un signo idéntico o similar a uno previamente registrado o en trámite de registro por parte de un tercero, por cuanto no tendría carácter distintivo y generaría riesgo de confusión o de asociación empresarial.

Sobre este tema el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 19-IP-2022, hace el siguiente análisis:

a) El **riesgo de confusión** puede ser directo o 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, 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, para que prospere el registro de un signo distintivo, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que se presenta cuando entre dos o más signos existen similitudes



gráficas, fonéticas o conceptuales que hacen surgir el riesgo de confusión entre ellos, sea de carácter visual, auditivo o ideológico; para lo que se debe realizar un cotejo marcario y colocarse en el lugar del consumidor, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado con tales signos. Luego, debe atenderse a la impresión de conjunto que despierten las denominaciones, sin desmembrarlos, analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro); y tener en consideración las semejanzas y no las diferencias entre los signos en conflicto. De esto se deduce, que el cotejo marcario es el método que debe seguirse para saber si dos signos son confundibles por las eventuales similitudes que hubiera entre ellos.

Ahora bien, para realizar el cotejo marcario entre el signo solicitado y los registrados, no solo es de aplicación el artículo 8 incisos a) y b) de la ley de cita, sino también el artículo 24 incisos c), e) y f) de su Reglamento, que refieren a las reglas para calificar las semejanzas entre los diferentes signos distintivos, e indican que se deben examinar sus similitudes gráficas, fonéticas e ideológicas, dando más importancia a las similitudes que a las diferencias entre ellos. Estas semejanzas fundamentan el riesgo de confusión y asociación frente al consumidor y sirven de base para objetar el registro de un signo como protección a los derechos adquiridos por terceros que comercialicen una marca igual o similar a la pedida. Al efecto se indica:

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:

[...]

c) Debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos;

[...]

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;

[...]

De acuerdo con lo anterior, es necesario cotejar la marca propuesta y las marcas inscritas, limitado a las clases 7, 9 y 11, de conformidad con la división realizada por el apelante y avalada por el Registro de origen:

MARCA PROPUESTA

The Creative Life

Marca de fábrica y servicios

Clase 07, 09 y 11. (listados indicados en el considerando primero)



MARCAS INSCRITAS

LIFE

Marca de fábrica.

Clase 9

CREATIVE

Marca de fábrica y comercio

Clase 9

CreaTiva.

Marca de fábrica y servicios

Clase 7

CREATIVA

Marca de fábrica y servicios

Clase 11 (listados indicados en los hechos probados)

Desde el punto de vista gráfico, y analizando los signos como un todo,
se observa que la marca propuesta **The Creative Life** corresponde



a un signo marcario denominativo, conformado por tres palabras con grafía especial donde las letras iniciales se tornan en un color más claro que las letras que la siguen; en tanto entre las marcas inscritas

hay dos mixtas como el signo **CREATIVE** y **Creativa**. las restantes son denominativas como, **LIFE** y **CREATIVA**. La palabra inicial **CREATIVE** es el término que se encuentra contenido en la mayoría de los signos registrados y se trata del componente que les da distintividad, lo anterior genera riesgo de confusión por asociación empresarial en el consumidor a la hora de escoger los productos de las clases 7, 9 y 11 internacional. Aun y cuando existen leves diferencias entre la marca solicitada y los signos inscritos por sus variantes de tipografía y colores, la mayoría de ellos coinciden en el término **CREATIVE / CREATIVA**, lo que genera confusión para el consumidor. Este Tribunal considera que efectivamente las marcas registradas (**CREATIVE / CREATIVA**) se encuentran contenidas en la marca solicitada, y el adimento “life” no le aporta mayor distintividad, es más, como se aprecia en el cotejo, también corresponde a una marca registrada. Así las cosas, es evidente para esta instancia que son mayores las semejanzas entre los signos, lo que impide de conformidad con nuestra normativa, su protección registral.

A nivel fonético las marcas cotejadas comparten el término preponderante **CREATIVE** y **LIFE**, y al ejercer su pronunciación se escuchan y perciben de manera muy similar, pues su vocalización y contenido sonoro es muy parecido, por lo que el consumidor podría pensar que las marcas pertenecen al mismo titular de los signos inscritos, lo que puede inducir a una eventual situación de error y confusión. Ello, aunado a que no siempre el consumidor tendrá las



marcas una frente a otra, por lo que, si el signo suena semejante, el consumidor lo relacionará de manera directa; bajo esa circunstancia no es posible proporcionarle protección registral.

Con respecto al contexto ideológico, los signos en pugna comparten las palabras CREATIVE LIFE, por lo que resulta necesario traducirla al español; en tal sentido el signo solicitado se traduce como VIDA CREATIVA mientras que los inscritos refieren individualmente a CREATIVO / VIDA / CREATIVA con sus respectivas variaciones al género (ello se puede comprobar en: <https://translate.google.com/?hl=es&sl=en&tl=es&text=CREATIVE&op=translate>). Como se observa, los signos comparten las palabras que son preponderantes en el concepto que trasmite cada uno, el cual refiere a la creatividad o vida creativa por lo que conceptualmente se transmite una misma idea al consumidor y ello le podría generar error o confusión debido a que la marca solicitada está contenida en los signos inscritos.

Del análisis realizado, se desprende que el signo que se pretende mantiene un alto grado de similitud con relación a las marcas que se encuentran inscritas, por lo tanto, no cuenta con la capacidad distintiva necesaria para obtener protección registral, dado que a nivel gráfico, fonético e ideológico, el consumidor fácilmente las puede relacionar deduciendo que pertenecen al mismo origen empresarial, por lo que se reitera que no es posible su inscripción.

Ahora bien, con relación al cotejo de los productos que protege cada signo, este Tribunal logra colegir que lo solicitado con la marca pretendida **The Creative Life**, en clases 7, 9 y 11 de la



nomenclatura internacional, en contraposición con lo que protegen las marcas inscritas también en clases 7, 9 y 11 internacionales, se encuentran dentro de la misma naturaleza mercantil pues están contenidas las máquinas, aparatos de cocción, equipos de televisión entre otros, por lo que coinciden en su canal de distribución y esa relación comercial puede generar riesgo de confusión para el consumidor quien podría relacionar los productos a un mismo origen empresarial.

En consecuencia, por la naturaleza de los productos estos serían comercializados dentro de los mismos sectores o canales del mercado, pues las marcas poseen productos iguales y relacionados, lo cual inevitablemente podría generar riesgo de confusión y asociación empresarial en el consumidor, por lo que, desde esa perspectiva tampoco es posible proporcionarle protección registral al signo solicitado.

Partiendo de lo antes expuesto, este Tribunal determina que la marca solicitada no cuenta con la distintividad requerida, lo que imposibilita su coexistencia registral junto con los signos marcarios inscritos; existe una alta probabilidad de que se genere un riesgo para el consumidor, el cual podría relacionar los productos que se pretenden con los protegidos y comercializados por las marcas inscritas, de ahí que, este órgano de alzada comparte lo expresado por el Registro de la Propiedad Intelectual en la resolución venida en alzada, ante la inadmisibilidad contemplada en el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas, por lo que se debe confirmar su denegatoria.

En cuanto a los agravios expuestos por el recurrente y lo referente al



análisis de la marca solicitada, se le indica que esta fue analizada bajo una visión en conjunto y se demostró mediante el cotejo de los signos su semejanza sin seccionar o desmembrar sus partes. Al enfrentar tales signos se determinan similitudes entre todas estas capaces de crear un riesgo de confusión. Se trata de signos que comparten gráfica, fonética e ideológicamente la palabra **CREATIVE / CREATIVA** la que representa el elemento preponderante y comunica el mismo concepto, además la palabra adicional **LIFE** no la hace distintiva para que se diferencie de las marcas inscritas o cualquier otra marca, por lo que aplica la prohibición legalmente establecida. Por tal motivo, la indicación que su representada cuenta con registros en otras jurisdicciones no resulta relevante y debe ser rechazado; ya que esto no es condicionante para su protección en nuestro país si violenta la legislación nacional, como ocurre con el signo solicitado en relación con el artículo 8 de nuestra ley marcaria.

Por las razones dadas, los agravios de la apelante deben ser rechazados, pues el signo que solicita no cuenta con una carga diferencial que le otorgue distintividad y los productos reclamados están estrechamente relacionados con los productos de los signos registrados, lo que imposibilita su coexistencia registral, a pesar de lo expresado por el apelante, en el sentido que los productos son diferentes, agravio que no avala esta instancia por lo analizado a lo largo de esta resolución.

Por último, en lo que respecta a los votos mencionados por el recurrente: 154-2010-TRA-PI y 813-2011-TRA-PI, y dictados por este Tribunal, se debe indicar que este antecedente no puede ser de aplicación al caso bajo examen por cuanto cada caso debe ser



resuelto de acuerdo con su propia naturaleza y conforme el marco de calificación registral que le corresponda, de manera que las resoluciones son guías más no lineamientos absolutos para los nuevos casos que se sometan ante la administración registral y además, los casos expuestos presentan situaciones que no son similares al caso en estudio.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos, citas legales y jurisprudenciales expuestas estima este Tribunal que

la marca propuesta **The Creative Life**, resulta inadmisible por derechos de terceros conforme el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas, para las clases 7, 9 y 11 de la nomenclatura internacional; por ello, se declara sin lugar el recurso de apelación en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 8:57:12 del 24 de febrero de 2025, la que se confirma.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación planteado por la señora María de la Cruz Villanea Villegas, en su condición de apoderada especial de la empresa, **TCL TECHNOLOGY GROUP CORPORATION**, contra la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 8:57:12 del 24 de febrero de 2025, la cual **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 el artículo 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. **NOTIFÍQUESE.**

Karen Quesada Bermúdez

Óscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla

Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza

mut/KQB/ORS/CMC/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