



**RESOLUCIÓN DEFINITIVA
EXPEDIENTE 2025-0354-TRA-PI**



**SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA DEL SIGNO
FRIGORÍFICO TEMUCO S.A., apelante
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
(EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-3273)
MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS**

VOTO 0137-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las catorce horas veintitrés minutos del cinco de marzo de dos mil veintiséis.


Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la licenciada **CYNTHIA WO CHING VARGAS**, cédula de identidad número 1-1068-0678, en su condición de apoderada especial de la empresa **FRIGORÍFICO TEMUCO S.A.**, organizada y existente bajo las leyes de Chile, con domicilio en calle Altamira 01825, Temuco, Chile, Chile, contra la resolución dictada por el Registro de Propiedad Intelectual a las 11:35:48 horas del 1° de julio de 2025.

Redacta el juez Fonseca Mc Sam;

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. La señora **CYNTHIA WO CHING VARGAS**, en representación de la empresa apelante, solicitó el




registro de la marca de fábrica y comercio  para proteger y distinguir en clase 29: carne; carne de vacuno; carne de vacuno deshuesada; carne de vacuno sin deshuesar; carne de vacuno picada; carne para hamburguesas; tripas (callos); hígados; hamburguesas de carne; carne procesada; carne de vacuno procesada; productos cárnicos procesados; aceites y grasas comestibles.

Por medio de resolución de las 11:35:48 horas del 1 de julio de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual, deniega la solicitud del signo



por presentar semejanza con los registros previos de los



signos:  y **Appunto El Mercadito Gourmet Market**, que distinguen servicios de venta de carnes y otros relacionados, fundamenta el rechazo en el artículo 8 inciso a) y b) de la Ley de marcas y otros signos distintivos.

La apoderada de la empresa solicitante presentó recurso de apelación contra lo resuelto por el Registro de origen y expresó como agravios lo siguiente:

La marca solicitada cumple con el requisito de distintividad, se diferencia de los signos registrados ya que ampara productos diferentes a los servicios registrados. Appunto El Mercadito Gourmet Market, tendrá una necesidad muy específica que es la de buscar servicios de publicidad, gestión de negocios comerciales relacionados a la industria alimentaria, servicios de alimentación y



comercialización de productos alimenticios y servicios de restauración (alimentación), y AL PUNTO tendrá la necesidad específica de buscar servicios de gestión del negocio comercial que consiste en el servicio de venta de carne en donde los servicios que brindan tendrán marcas variadas.

Las necesidades que suplen los productos protegidos con su marca son distintas a las necesidades que se suplen con los servicios registrados.

Según se aprecia la marca de su representada A PUNTO (Diseño) es propiamente una combinación de letras que unidas crean una frase de fantasía y eso es propiamente una marca, cualquier término que permita distinguir un producto o servicio de los de la competencia, donde el consumidor promedio pueda identificar y no confundirse a la hora de elegir.

Las marcas analizadas en su conjunto pueden coexistir sin causar confusión al consumidor o riesgo de asociación empresarial, si bien la marca coincide en el término “punto”, llevan palabras adicionales y diseños que precisamente es lo que ha permitido que las anteriores se hayan inscrito y en el mismo sentido que la de su representada se pueda inscribir.

En el caso que nos ocupa, las marcas tienen en común la palabra “PUNTO” y justo son de diferentes titulares, lo que hace pensar que ellas pueden coexistir por el diseño que tiene una de las inscritas en comparación con la denominativa. Situación que en este caso se daría porque coexiste la palabra PUNTO que es un término que existe en el español y por lo tanto es de uso común y lo que va a permitir la coexistencia es lo distintos y novedosos que son los logotipos.



No existe identidad gráfica, fonética e ideológica capaz de crear confusión ya que la marca solicitada cuenta con elementos diferenciadores para coexistir en el mercado con las registradas.

La marca A PUNTO (Diseño) de su representada debe ser admitida para su registro, ya que, lejos de causar confusión, está estrechamente relacionada con productos cárnicos.


Su representada tiene la capacidad de distinguirse, ya que no pretende apropiarse del término "Punto" con la intención de impedir que otros en el mercado utilicen combinaciones similares. La combinación de las palabras en su conjunto hace que la marca se perciba como un término completamente diferente a cualquier otro que ya exista o pueda llegar a existir en el mercado.

El análisis sucesivo y no simultáneo permite la coexistencia de los signos. Solicita revocar.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal encuentra como hecho probado que en el Registro de Propiedad Intelectual se encuentran inscritos y vigentes los siguientes signos:

Marcas de servicios “**Appunto El Mercadito Gourmet Market**”, registro 251629, que protege y distingue **en clase 35:** servicios de publicidad, gestión de negocios comerciales relacionados a la industria alimentaria, servicios de alimentación y comercialización de productos alimenticios; **en clase 43:** Servicios de restauración (alimentación), vigente hasta el 18 de abril de 2026, titular: **INVERSIONES ALEYUJU S.A.**



Marca de servicios , registro 327260, que protege y distingue en clase 35: Gestión del negocio comercial que consiste en el servicio de venta de carne, vigente hasta el 4 de septiembre de 2034, titular: **MCYK MARKET LIMITADA.**

TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con tal 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. De conformidad con la Ley de marcas y otros signos distintivos número 7978 (en adelante Ley de marcas), y su reglamento, Decreto Ejecutivo 30222-J, 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 exista un derecho subjetivo de un tercero que podría verse perjudicado por el signo que se pretenda inscribir. Al respecto, 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, en los incisos a) y b):

[...]

- 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 transcrita, 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.



Ahora bien, para el análisis del 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) y e) de su Reglamento, que señalan el deber de calificar las semejanzas entre los diferentes signos distintivos, y 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;

[...]

De acuerdo con lo anterior, es necesario cotejar la marca propuesta y las marcas inscritas:



Marca solicitada



Carne; carne de vacuno; carne de vacuno deshuesada; carne de vacuno sin deshuesar; carne de vacuno picada; carne para hamburguesas; tripas (callos); hígados; hamburguesas de carne; carne procesada; carne de vacuno procesada; productos cárnicos procesados; aceites y grasas comestibles, en clase 29.

Marcas inscritas



y Appunto El Mercadito Gourmet Market

Gestión del negocio comercial que consiste en el servicio de venta de carne, en clase 35.

Servicios de publicidad, gestión de negocios comerciales relacionados a la industria alimentaria, servicios de alimentación y comercialización de productos alimenticios, en clase 35

Servicios de restauración (alimentación), en clase 43.

Considera esta instancia que el signo registrado “**Appunto El Mercadito Gourmet Market**”, analizado en su conjunto no presenta similitud gráfica, fonética e ideológica a tal grado de causar confusión

con la marca solicitada , gráficamente el signo solicitado es




mixto donde los elementos figurativos (la silueta de una res/vaca y las cinco estrellas) dominan la percepción visual frente a la marca denominativa registrada. Fonéticamente la marca registrada **“Appunto El Mercadito Gourmet Market”**, presenta una extensión de sílabas que marcan una diferencia en la pronunciación en conjunto.

Por lo citado la marca **“Appunto El Mercadito Gourmet Market”**, no es motivo para el rechazo del signo solicitado.



En lo que respecta al cotejo del signo solicitado con el



registrado  , el solicitado es un signo mixto que está compuesto de una parte denominativa con grafía especial **“A PUNTO”** y otra parte figurativa (la silueta de una res/vaca y las cinco estrellas, montadas en un cuadrado negro), en el mismo sentido el signo registrado es mixto donde predomina su parte denominativa **“AL PUNTO”**.

En cuanto al cotejo de signos mixtos este Tribunal ha sido conteste en que la parte denominativa es la preponderante ya que es la utilizada por el consumidor para ubicar los productos y servicios en el mercado y bajo esta premisa considera el Tribunal que el análisis en conjunto



indica que desde el punto de vista gráfico las denominaciones



vs  presentan más semejanzas que diferencias, comparten



su estructura gramatical preponderante que es "A PUNTO" / "AL PUNTO", la variación de estilo de las letras y los elementos secundarios resultan insignificantes para alterar la percepción visual en conjunto del consumidor promedio.

Aunque los logotipos presentan tipografías distintas, la estructura visual mantiene los vocablos "A/AL PUNTO" como el centro de atención.

A nivel fonético existe una identidad casi absoluta. La diferencia entre la preposición "A" (del signo solicitado) y "AL" (del signo registrado) es imperceptible en la pronunciación fluida. Ambos se articulan bajo la misma estructura rítmica y acentual.

Y desde el punto de vista ideológico ambos signos evocan exactamente el mismo concepto: el punto de cocción óptimo de la carne. Al utilizar elementos gráficos de apoyo (la silueta de la vaca en uno y el corte de carne/chuletón en el otro), se refuerza la misma unidad conceptual.

Ahora bien, comprobada la similitud gráfica, fonética e ideológica, de los signos enfrentados corresponde el análisis de la relación de productos y servicios.

El signo solicitado distingue el producto (carne en diversas presentaciones, clase 29), mientras que el registrado distingue el servicio de venta de ese mismo producto (clase 35), por lo tanto, existe una relación de complementariedad y sustitución, cuando una marca de producto y una de servicio de venta son casi idénticas, el consumidor asumirá que tienen el mismo origen empresarial. El



público pensará que la carne "A PUNTO" tiene relación directa con el servicio de venta de carne "AL PUNTO".

En este caso las marcas coinciden en los mismos canales de comercialización dirigiéndose al mismo consumidor final, lo que aumenta el riesgo de confusión y el riesgo de asociación.

Existe una semejanza alta y un riesgo de confusión y asociación evidente. El consumidor podría considerar que el signo solicitado es una variación del registrado o que pertenecen al mismo grupo económico.

Partiendo de lo anterior, los agravios del apelante deben ser rechazados, ya que el signo que solicita no cuenta con una carga diferencial que le otorgue distintividad, por lo que no le permite la posibilidad de coexistir registralmente junto con el signo registrado



; existe riesgo de confusión y asociación para el consumidor que no podrá distinguir claramente el origen empresarial de los productos y servicios, además, la marca registrada posee un derecho preferente que impide que un tercero se apropie del elemento nominativo "AL PUNTO" para actividades comerciales estrechamente relacionadas.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por existir la posibilidad de que surja un riesgo de confusión directo e indirecto y riesgo de asociación empresarial entre los signos cotejados, lo pertinente es rechazar los agravios formulados por el apelante, por lo que se declara sin lugar el recurso de apelación interpuesto contra la



resolución de las 11:35:48 horas del 1° de julio de 2025, emitida por el Registro de Propiedad Intelectual, la que en este acto se confirma por las razones dadas por este Tribunal.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por **CYNTHIA WO CHING VARGAS**, en su condición de apoderada especial de la empresa **FRIGORÍFICO TEMUCO S.A.**, contra la resolución dictada por el Registro de Propiedad Intelectual, a las 11:35:48 horas del 1° de julio de 2025, la que en este acto **se confirma** por las razones dadas por este Tribunal. 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. **NOTIFIQUESE.**

Karen Quesada Bermúdez

Oscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla



Gilbert Bonilla Monge

Celso Damián Fonseca Mc Sam

mgm/KQB/ORS/CMCH/GBM/CDFM

DESCRIPTORES.

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHOS DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR UN TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33