



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0323-TRA-PI

OPOSICIÓN EN SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA DEL

SIGNO **VIDARROZ**

IP MANAGEMENT COMPANY S.A., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2024-12054)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0080-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las catorce horas cuarenta y seis minutos del doce de febrero de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por el licenciado **Allan Roberto Coto Jiménez**, portador de la cédula de identidad 1-1021-0634, vecino de San José, en su condición de apoderado especial de la sociedad **IP MANAGEMENT COMPANY, S.A. (IP MANAGEMENT CO)**, una sociedad constituida y organizada de conformidad con las leyes de la República de Panamá, domiciliada actualmente en Panamá, Ciudad Panamá, calle cincuenta y tres E, Marbella, Torre MMG, segundo piso, contra la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:38:07 horas del 3 de junio de 2025.

Redacta la juez Norma Ureña Boza.



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 20 de noviembre de 2024, **Maria de la Cruz Villanea Villegas**, en condición de apoderada de la sociedad **EL PELÓN DE LA BAJURA S.A.**, presentó solicitud de inscripción de la marca de fábrica **VIDARROZ** que distingue en clase 30: arroz y harina de arroz.

El 23 de marzo de 2025, el licenciado **Allan Roberto Coto Jiménez**, en su condición de apoderado especial de la sociedad **IP MANAGEMENT COMPANY, S.A.**, se opuso contra la inscripción de los signos solicitados con fundamento en el registro de su marca **“ARROZ PURA VIDA”** para distinguir en clase 30: arroz sin granza, seco y limpio.

El Registro de la Propiedad Intelectual mediante resolución de las 15:38:07 horas del 3 de junio de 2025, declaró sin lugar la oposición planteada y acogió para su inscripción el signo solicitado **VIDARROZ**.

Inconforme con lo resuelto, el licenciado **Allan Roberto Coto Jiménez** apeló y expuso como agravios lo siguiente:

1. La normativa establece la necesidad de concentrarse más en las semejanzas y no en las diferencias. Considera que la resolución que por este medio se impugna invierte este requerimiento legal, toda vez que buscó concentrarse más en lo que puede eventualmente diferenciar a ambas marcas, dejando de lado, el análisis profundo de lo que sí son semejanzas, reales, existentes



e inevitables como las que se expusieron con la respectiva oposición.

2. Si bien es cierto, el nombre de la marca solicitante es VIDARROZ, es decir, es una sola palabra que podría ser abstracta, no lo es. Aunque sea una sola palabra, no están dividiendo los términos. Lo hace el mismo diseño y además, por la composición, es inevitable ese fraccionamiento, al menos, en este caso en específico.
3. La suficiente e inevitable cercanía que tiene con la palabra VIDA, más tomando en cuenta que de seguido a la letra D en el mismo nombre de la marca, sigue la letra. Si es sólo VID la distinción de esa marca, no es suficientemente distintiva para diferenciarla con los elementos que componen PURA VIDA (sin contemplar la palabra arroz) de la marca inscrita de su representada, ya que incluso esas tres letras están contenidas en la marca inscrita.
4. A la hora de pronunciar la palabra VIDARROZ es bastante similar si se pronuncia ARROZ PURA VIDA. Más si se toma en cuenta que la separación de términos que se indicó es inevitable.
5. Definitivamente la palabra VIDARROZ no es evocativa, porque no es sugerente de un producto, sino más bien descriptivo, porque al componerse en dos términos, arroz y vida, denota una característica mínima pero importante que tiene el arroz y que es dar vida por tratarse de un alimento. No es cierto que la palabra VIDARROZ sea de fantasía, es inevitable el análisis de los términos que la componen.
6. En conclusión, sí existe un alto riesgo de asociación empresarial entre la marca inscrita y la que se pretende inscribir, solicita se proceda a revocar la resolución impugnada y se rechace la inscripción de la marca VIDARROZ.



SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal encuentra como hecho probado que en el Registro de Propiedad Intelectual se encuentra inscrita a nombre de la sociedad **IP MANAGEMENT COMPANY, S.A.**, la marca:

1. **“ARROZ PURA VIDA”**, registro 97970, inscrito desde el 21 de noviembre de 1996, con vencimiento el 21 de noviembre de 2026, para distinguir en clase 30: arroz sin granza, seco y limpio.

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Considera este Tribunal que no existen hechos de tal naturaleza que deban ser valorados para la resolución del presente proceso.

CUARTO. CONTROL DE LEGALIDAD. Analizado el acto administrativo de primera instancia no se observan vicios en sus elementos esenciales, que causen nulidades, invalidez o indefensión que sea necesario sanear.

QUINTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. RESPECTO DE LAS SIMILITUDES ENTRE SIGNOS MARCARIOS Y EL COTEJO DE ESTOS. El artículo 8º de la Ley de marcas y otros signos distintivos, determina en forma clara que ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, configurándose tal prohibición conforme al inciso: 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 distinga los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor.



De esta disposición se desprende, que no es registrable un signo que sea idéntico o similar a otro registrado, ya que dicha condición lo priva de distintividad. Al carecer de distintividad extrínseca puede generar riesgo de confusión (directo o indirecto) o riesgo de asociación en el consumidor final.

El riesgo de confusión directo es la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado crea que está adquiriendo otro. El riesgo de confusión indirecto se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto o servicio, en contra de la realidad de mercado, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

El riesgo de asociación radica en la posibilidad de que el consumidor, aunque diferencie las marcas en conflicto y el origen empresarial de los productos y servicios, al adquirirlos piense que las empresas titulares de los signos tienen una relación o vinculación económica.

Por lo anterior se debe realizar un examen entre los signos enfrentados para determinar si existe identidad o semejanza (gráfica, fonética, ideológica y de productos o servicios), capaz de generar riesgo de confusión (directo o indirecto), o de asociación en el público consumidor.

Según lo citado para que no sea admisible el signo solicitado

VIDARROZ

, en clase 30, debe presentar semejanza gráfica, fonética, ideológica con el signo registrado **“ARROZ PURA VIDA”** y distinguir los mismos productos y servicios u otros relacionados de manera que causen riesgo de confusión al consumidor final.



En relación con lo citado, para determinar la similitud o semejanza se debe realizar el cotejo marcario tomando en cuenta algunas de las reglas que se encuentran contenidas en el artículo 24 del reglamento a la Ley de marcas, que ayudarán a determinar la posible coexistencia de los signos:

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;

Dadas las pautas a seguir se procede al cotejo de los signos en conflicto, tomando en cuenta la regla del análisis en conjunto:

SIGNO SOLICITADO

VIDARROZ

Clase 30: arroz y harina de arroz

SIGNO Oponente

“ARROZ PURA VIDA”



Clase 30: arroz sin granza, seco y limpio

Previo al cotejo de los signos es importante establecer que la marca registrada se enmarca como un signo con debilidad intrínseca ya que evoca características del producto y hace uso de un costarriqueñismo.

Es claro que el vocablo o expresión “**Pura Vida**”, no cuenta con una alta fuerza distintiva, se trata de un modismo nacional, un costarriqueñismo que ha pasado de alguna manera al dominio público como expresión de uso común, en el lenguaje corriente de los costarricenses consiste en un término de uso común, que se traslada a cualquier actividad de mercado, puede ser utilizado en campañas de publicidad de una gran gama de productos y servicios, por ello no puede ser parte de apropiación exclusiva de un solo titular.

Por lo anterior la marca registrada es evocativa débil. Si la frase o costarriqueñismo PURA VIDA se asocia al ARROZ, se vuelve laudatoria (indica calidad o bienestar) lo cual la sitúa en la escala más baja de distintividad. Las marcas débiles deben tolerar una mayor proximidad de otros signos en el mercado que las marcas fuertes o de fantasía.

Asimismo, sobre este tema la jurisprudencia administrativa costarricense ha sido firme en ratificar la doctrina. El voto No. 100-2008 del Tribunal Registral Administrativo y otros tantos dictados subsecuentemente, genera lo que ya es una clara línea jurisprudencial. Al respecto se ha indicado lo siguiente:

Al ser la expresión pura vida, parte de un lenguaje propio de un país que establece la calidad de bueno, de simpático, de bonito



y de agradable entre otras similares, al pretender apropiarse de esta expresión que forma parte del lenguaje popular del costarricense, convertida en un “modismo”, tal y como lo señala la empresa recurrente, que identifica parte de la cultura costarricense que nos pertenece a todos los costarricenses, y constituye realmente un elemento de uso común dentro del comercio nacional y la promoción cultural, y como tal, no debe ser protegido registralmente.

Así las cosas, en el presente caso, el nombre comercial solicitado contiene la expresión “PURA VIDA”, por lo que ésta no puede ser apropiable por una persona física o jurídica, ya que tal y como se indica, es una expresión de uso común, idiomática, que si bien en el pasado fue objeto de apropiación, actualmente en su evolución, por ser una frase de uso común, no puede ser objeto de registración, tal y como lo ha venido resolviendo este Tribunal, como por ejemplo en el voto No. 304-2006 de las once horas del veintiséis de setiembre de dos mil seis.

Debido a lo anterior la marca registrada debe soportar la copia parcial y del cotejo que a continuación se realiza se determina que no existe una identidad total de los signos para rechazar el solicitado.

Gráficamente **VIDARROZ** utiliza una tipografía robusta, con una combinación de colores verde y naranja, y una integración estilizada de la "O" que incluye un elemento gráfico (una hoja/semilla). El consumidor costarricense, al ver el logotipo de **VIDARROZ**, percibirá un origen empresarial distinto, ya que la presentación visual es moderna y compacta, alejándose de la estética tradicional que presenta el signo registrado "Arroz Pura Vida".



Desde el punto de vista fonético, el consumidor no se confundirá al tener marcas con una estructura disímil, la marca solicitada presenta una estructura unitaria frente a la estructura compuesta de la marca registrada, en "ARROZ PURA VIDA", la palabra "Arroz" (término genérico no protegible) va al inicio, siendo el elemento más débil. En **VIDARROZ**, el término "Arroz" se fusiona al final de una nueva palabra, creando una estructura fonética distinta con un énfasis tónico diferente.

En **VIDARROZ**, el prefijo "VID" y el sufijo "ARROZ" están tan integrados que crean un concepto nuevo. No existe el riesgo de que el público crea que **VIDARROZ** es una "extensión de línea" o una versión abreviada de "ARROZ PURA VIDA". El consumidor de arroz es un comprador habitual que, si bien no es un experto, sabe distinguir entre marcas de arroz por su presentación visual completa.

Ideológicamente ambos términos evocan el concepto de arroz, en este aspecto coinciden.

Por lo antes citado se puede concluir que la marca registrada es débil, "Pura Vida" es un término genérico/laudatorio en Costa Rica, por esta característica cuenta con un ámbito de protección reducido.

Además, no hay identidad gráfica (el logo de **VIDARROZ** aporta una distintividad que rompe cualquier similitud), ni fonética, el ritmo y las sílabas de las marcas **VIDARROZ** vs "Arroz Pura Vida", difieren totalmente.

Al considerarse la marca registrada como evocativa/débil y presentar disparidades tan marcadas en el plano gráfico y fonético no es



necesario realizar un cotejo de los productos ya que ante tales diferencias no existe riesgo de confusión o asociación alguno para el consumidor.

De conformidad con las anteriores consideraciones, el signo solicitado no violenta el inciso a) del artículo 8 de la Ley de marcas por lo que se declara sin lugar el recurso de apelación presentado por **Allan Roberto Coto Jiménez**, en su condición de apoderado especial de la sociedad **IP MANAGEMENT COMPANY, S.A.**, contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:38:07 horas del 3 de junio de 2025, la que en este acto se confirma por nuestros motivos en todos sus extremos.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **SIN LUGAR** el recurso de apelación presentado por **Allan Roberto Coto Jiménez**, en su condición de apoderado especial de la sociedad **IP MANAGEMENT COMPANY, S.A.**, contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:38:07 horas del 3 de junio de 2025, la que en este acto se confirma por nuestros motivos en todos sus extremos. 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

Oscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla

Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza

mgm/KQB/ORS/CMCH/GBM/NUB

DESCRIPTORES:

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33

