



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0543-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA DEL SIGNO **Insta360**

ARASHI VISION INC., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2025-7019)

MARCAS Y OTROS SIGNOS

VOTO 0293-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las once horas seis minutos del siete de mayo de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por el licenciado **Luis Pal Hegedüs**, abogado, portador de la cédula de identidad número 1-0558-0219, apoderado especial de la empresa **ARASHI VISION INC**, organizada y existente bajo las leyes de China, con domicilio en Room 1101, 1102, 1103, 11th Floor, Building 2, Jinlitong Financial Center, 1100 Xingye Road, Haiwang Community, Xin'an Street, Bao'an District, Shenzhen, Guangdong, China, contra la resolución dictada por el Registro de Propiedad Intelectual a las 07:53:34 horas del 1 de octubre de 2025.

Redacta la juez Norma Ureña Boza.

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El licenciado **Luis Pal Hegedüs**, en las condiciones indicadas, solicitó el registro de la marca



de fábrica y comercio **Insta360** para distinguir productos de la clase 9.

Por medio de resolución de las 07:53:34 horas del 1 de octubre de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual, deniega la solicitud del signo **Insta360** por presentar identidad con los registros previos de



los signos: e **INSTA**, que distinguen productos y servicios de la clase 9 y 42 fundamenta el rechazo en el artículo 8 inciso a) y b) de la Ley de marcas y otros signos distintivos.

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

1. Por especialidad los productos distinguidos son diferentes: la marca solicitada “INSTA 360” distingue productos de hardware, los cuales se definen como el conjunto de componentes físicos, materiales y tangibles de un sistema informático, según la Real Academia Española, es el “conjunto de los componentes que integran la parte material de una computadora”. Definición que coincide, con accesorios fotográficos físicos, tales como cámaras panorámicas, estabilizadores y trípodes, los cuales son bienes tangibles de un valor económico considerable, dirigidos a un público específico de fotógrafos, videógrafos y entusiastas de la tecnología.
2. Por el contrario, las marcas citadas protegen software, que se define como el conjunto de programas, instrucciones y reglas



informáticas para ejecutar ciertas tareas de una computadora, continuando con la Real Academia Española, “el software es el conjunto de programas, instrucciones y reglas informáticas para ejecutar ciertas tareas de una computadora”. En este sentido, aplicaciones y servicios de redes sociales productos intangibles que se distribuyen masivamente a través de tiendas de aplicaciones digitales, generalmente de forma gratuita para un público general y no especializado.


3. En consecuencia, los productos de su representada se adquieren en tiendas especializadas en electrónica y fotografía, ya sean físicas u online, tras un proceso de compra informado. Mientras, en el caso contrario, los servicios de INSTAGRAM LLC se descargan desde una plataforma como Google Play o App Store. Por lo tanto, es evidente que los canales y la experiencia de compra no coinciden entre sí, eliminado todo riesgo de asociación entre las compañías.
4. Indica que tratándose de la Clase O9, debe considerarse que el consumidor objetivo es sofisticado, lo cual reduce de forma significativa el riesgo de asociación.
5. Los signos presentan diferencias gráficas, fonéticas e ideológicas que permiten su coexistencia registral, no existe riesgo de confusión para el consumidor final.
6. La resolución recurrida comete un grave error de fondo al desestimar la carta de consentimiento otorgada por INSTAGRAM, LLC, bajo una interpretación excesivamente rígida y teórica del "interés público" que contradice la propia finalidad



de la normativa marcaria. Pretende que dicha carta vincule u obligue al Registro de forma automática, sino que se valore como lo que es: la prueba fehaciente y de mayor peso de la inexistencia de un riesgo de confusión real en el mercado. En este sentido, el titular del derecho. INSTAGRAM, LLC, como propietario de las marcas "INSTA", es el principal vigilante de su patrimonio marcario. Su consentimiento expreso para el registro y uso de INSTA360 no es un acto de liberalidad, sino una declaración informada de que la coexistencia de dichas marcas no perjudica sus derechos, ni confunde al consumidor que constituye su mercado.

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 a nombre de la empresa **INSTAGRAM, LLC.**, los siguientes signos:



1-  , registro 254163, vigente hasta el 8 de agosto de 2026 y distingue productos y servicios en la clase 9 y 42.

2- **INSTA**, registro 253751, que distingue productos en clase 9, vigente hasta el 22 de julio de 2026.

TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos que 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 30233-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 señala el deber de calificar las semejanzas entre los diferentes signos distintivos, 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

Insta360

Periféricos informáticos; – cámaras de vídeo / videocámaras; – filtros fotográficos; – cámaras fotográficas; – pies para aparatos fotográficos; – videocámaras de 360 grados; – estabilizadores de cardán para teléfonos inteligentes [smartphones]; – Teléfonos de conferencia; – brazos extensibles para autofotos [monopies de mano]; – Soportes de seguimiento de movimiento para cámaras; – estuches especiales para aparatos e instrumentos fotográficos; – aparatos de control remoto/ aparatos de mando a distancia; – gafas [óptica] / anteojos [óptica]; – imanes decorativos; – Aparatos y accesorios fotográficos, a saber,



estuches especialmente fabricados para aparatos e instrumentos fotográficos, adaptadores de corriente, trípodes para cámaras, estuches para cámaras, soportes para aparatos fotográficos, objetivos para cámaras, objetivos gran angular para cámaras, tarjetas de memoria Secure Digital (SD), lectores de tarjetas Secure Digital (SD), pilas eléctricas, parasoles para objetivos de cámaras, protectores de pantalla de vidrio templado especialmente adaptados para cámaras, correas para cámaras, disparadores para cámaras, reflectores para fotografiar, lámparas de flash para cámaras; - Micrófonos; - relojes inteligentes; - soportes de micrófono; - ordenadores ponibles; - equipo de audio.

Marcas inscritas



INSTA

Software de computadora que se puede descargar para modificar la apariencia y permitir la transmisión de fotografías; software de computadora para la colección, edición, organización, modificación, transmisión, almacenaje y compartir datos e información; software de computadora que permite cargar, descargar, acceder, postear, exhibir, etiquetar, bloguear, correar, enlazar, compartir o de alguna otra forma proveer medios o información electrónica vía computadora y redes de comunicación. Software informático que se puede descargar para modificar y permitir la transmisión de imágenes, contenido audiovisual y de video; software informático que se puede descargar para visualizar e interactuar con una alimentación de imágenes, contenido audiovisual y de video y textos y datos asociados; software informático que se puede descargar para encontrar contenido y publicadores de contenido, y para suscribirse a contenido; software informático para etiquetar imágenes, contenido audiovisual y de video con datos indicando fecha, lugar, personas y asunto; software para motor de búsqueda informático; software informático para redes sociales; software informático para crear, gestionar e interactuar con una comunidad en línea; software informático para gestionar contenido en redes sociales, interactuar con una comunidad virtual, y transmisión de imágenes, contenido audiovisual y de video, fotografías, videos, datos, textos, mensajes, comentarios, publicidad, medios de comunicación de publicidad e información; software informático para crear, editar, cargar, descargar, acceder, visualizar, postear, exhibir, etiquetar, bloguear, correr, enlazar, anotar, indicar




sentimientos sobre, comentar en, incrustar, transmitir, compartir, buscar, o de cualquier otra manera facilitar o interactuar con medios electrónicos; software informático para enviar alertas, notificaciones y recordatorios de mensajes electrónicos; software para enviar y recibir mensajes electrónicos; software informático para diseminar publicidad para terceros; software informático para uso como una interfaz de programación de aplicaciones (API); software informático de la naturaleza de interfaces de programación de aplicaciones (APIs) que facilitan servicios en línea para redes sociales, desarrollo de aplicaciones de software, y compra y diseminación de publicidad; equipo interactivo de fotografía y video, a saber, quioscos para capturar, cargar, editar, imprimir y compartir imágenes y videos digitales y 42: Diseño y desarrollo de software informático; proveer un sitio web que da a los usuarios la habilidad de engancharse en redes sociales y gestionar su contenido en redes sociales; proveer uso temporal de software que no se puede descargar para redes sociales, gestión de contenido en redes sociales, creación de una comunidad virtual y transmisión de imágenes, contenido audiovisual y de video, fotografías, videos, datos, texto, mensajes, publicidad, medios de comunicación de publicidad e información; proveer uso temporal de software que no se puede descargar para modificar y habilitar la transmisión de imágenes, contenido audiovisual y de video; proveer Suso temporal de software informático que no se puede descargar para visualizar e interactuar con una alimentación de imágenes, contenido audiovisual y de video y texto y datos asociados; proveer uso temporal de software informático que no se puede descargar para encontrar contenido y publicadores de contenido, y para suscribirse a contenido; proveer uso temporal de software informático que no se puede descargar para etiquetar imágenes, contenido audiovisual y de video con datos indicando fecha, lugar, personas y asunto; proveer información de índices y bases de datos de búsqueda de información; proveer motores de búsqueda para obtener datos vía redes de comunicación; proveer un servicio de redes en línea que permite a los usuarios transferir datos de identidad personal y compartir datos de identidad personal con y entre múltiples aplicaciones y sitios web; servicios informáticos, a saber, patrocinar facilidades web en línea para terceros para organizar y llevar a cabo reuniones, eventos y discusiones interactivas vía redes de comunicación; servicios informáticos, a saber, crear una comunidad virtual para que usuarios registrados puedan compartir, visualizar, suscribirse a e interactuar con imágenes, contenido audiovisual y de video, y datos e información relacionada; servicios de proveedor de servicios de aplicación (ASP), a saber, anfitrión de aplicaciones de software informático para terceros; proveedor de servicios de aplicación (ASP) que contiene



software para redes sociales, gestión de contenido en redes sociales, creación de una comunidad virtual y transmisión de imágenes, contenido audiovisual y de video, fotografías, videos, datos, texto, mensajes, publicidad, medios de comunicación de publicidad e información; proveedor de servicios de aplicación (ASP) que contiene software que permite crear, editar, cargar, descargar, acceder, visualizar, postear, exhibir, etiquetar, bloguear, correr, enlazar, anotar, indicar sentimientos sobre, comentar en, incrustar, transmitir, compartir, buscar, o de cualquier otra manera facilitar o interactuar con medios electrónicos; proveedor de servicios de aplicación (ASP) que contiene software de interfaz de programación de aplicaciones (API) que facilita los servicios en línea para redes sociales, desarrollo de aplicaciones de software, y compra y disseminación de publicidad; proveedor de servicios de aplicación (ASP) que contiene software para usar en comprar, vender, rastrear, valorar, optimizar, priorizar, analizar, entregar y reportar publicidad y marketing en línea; proveedor de servicios de aplicación (ASP) que contiene software para uso en diseño y gestión de campañas de publicidad y marketing en línea; plataforma como un servicio (PAAS) que contiene plataformas de software informático para redes sociales, gestión de contenido en redes sociales, creación de una comunidad virtual y transmisión de imágenes, contenido audiovisual y de video, fotografías, videos, datos, texto, mensajes, publicidad, medios de comunicación de publicidad e información; alquiler de software informático que da a los usuarios la habilidad de cargar, editar y compartir imágenes, videos y contenido audiovisual.

Este Tribunal ha sido conteste que en los signos mixtos 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 los signos **Insta360** vs  e **INSTA**, presentan más semejanzas que diferencias, el término "INSTA", constituye el elemento preponderante de las marcas.

Existe una identidad gráfica predominante en el núcleo de los tres signos: el uso del término "INSTA".



Esa coincidencia es muy significativa y podría llevar a una confusión visual al consumidor ya que este no presta atención a los elementos gráficos secundarios, los signos comparten su estructura gramatical preponderante que es "INSTA", la variación de estilo de las letras y los elementos secundarios (360 y e imagen de cámara) resultan insignificantes para alterar la percepción visual en conjunto del consumidor promedio.

A nivel fonético, en el mercado costarricense, los tres signos se pronuncian exactamente igual: **INS-TA**. La adición de "360" no altera la dicción principal, por lo que aumenta el riesgo de confusión ya que el público tiende a solicitar los servicios y productos simplemente como "INSTA" refiriéndose al origen empresarial.

Y desde el punto de vista ideológico el signo solicitado evoca captura instantánea en formato de 360 grados que se liga al concepto de instantaneidad de las marcas registradas.

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

Considera esta instancia que los productos solicitados en la clase 9 presentan una clara conexidad competitiva y complementariedad con los productos y servicios registrados en clase 9 y 42, por ejemplo:

Relación de Complementariedad Necesaria: El software de las marcas registradas (clase 42/9) requiere de *hardware* (cámaras de video, periféricos informáticos, monopies, de la clase 9 solicitada) para existir y viceversa. Una cámara de acción o de 360 grados actual es



inútil sin una aplicación (software) móvil para descargar, editar y compartir los videos en redes sociales.

Identidad de Canales de Distribución y Comercialización: Hoy en día, las cámaras de video y los estabilizadores se adquieren en las mismas tiendas físicas y plataformas digitales donde se descargan o promocionan las aplicaciones de edición y redes sociales.

Identidad de Consumidores: El consumidor que adquiere una "videocámara de 360 grados" o un "brazo extensible para autofotos" es, por definición exacta, el mismo creador de contenido o usuario común que utiliza el "software para redes sociales, edición y transmisión de contenido audiovisual" de las marcas registradas.

Por lo anterior existe riesgo de asociación, aunque el consumidor distinga que una cosa es un aparato físico (cámara) y otra es una aplicación (software), asumirá con total certeza jurídica que ambos provienen de la misma fuente u origen empresarial (vínculo económico o licencias). El uso de "Insta360" hace pensar que es el dispositivo oficial diseñado "para" la plataforma "INSTA". Esto genera un aprovechamiento indebido del prestigio y diluye la distintividad de las marcas registradas.

En lo que respecta a la carta de consentimiento resulta improcedente con base en el interés público, la voluntad de las partes no puede estar por encima de la transparencia del mercado ni la protección del consumidor, los cuales constituyen los pilares del sistema marcario de Costa Rica.



La jurisprudencia constitucional y administrativa en Costa Rica ha determinado que la marca tiene una función social e informativa: garantizar al consumidor el origen empresarial del producto o servicio para que este pueda tomar decisiones de consumo informadas y seguras.

Al aceptar la carta de consentimiento, el Registro estaría permitiendo la coexistencia en el mercado de dos signos altamente similares ("INSTA" e "Insta360") que operan en el mismo ecosistema tecnológico (software de video/redes vs. hardware de cámaras), por lo que el consumidor costarricense promedio, ajeno a los contratos privados celebrados entre las empresas, sufrirá el engaño de creer de forma inevitable que ambos productos provienen de la misma fuente u origen económico. Por ende, la carta de consentimiento vulnera de forma directa el principio de veracidad y protección al consumidor tutelado implícitamente en la Ley N° 7978 y explícitamente en el artículo 46 de la Constitución Política.

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 los signos registrados; existe riesgo de confusión en el consumidor que no podrá distinguir claramente el origen empresarial de los productos y servicios, además, las marcas registradas poseen un derecho preferente que impide que un tercero presente un signo similar 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



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 07:53:34 horas del 1 de octubre de 2025, emitida por el Registro de Propiedad Intelectual, la que en este acto se confirma en todos sus extremos.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por **Luis Pal Hegedüs**, apoderado especial de la empresa **ARASHI VISION INC**, contra la resolución dictada por el Registro de Propiedad Intelectual, a las 07:53:34 horas del 1 de octubre de 2025, la que en este acto se confirma 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 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

Norma Ureña Boza

mgm/KQB/ORS/CMCH/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHOS DE TERCEROS

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR UN TERCERO

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33