



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0510-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO MARCA DEL
SIGNO



VPC INTERNATIONAL CORP., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-7442

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0235-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las catorce horas con treinta minutos del dieciséis de abril de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, cédula de identidad 1-1359-0010, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la empresa **VPC INTERNATIONAL CORP.**, organizada y existente de conformidad con las leyes de Panamá, domiciliada en Edificio Comosa, Piso 19, Avenida Samuel Lewis, Panamá, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 17:06:50 horas del 30 de setiembre de 2025.

Redacta el juez Óscar Rodríguez Sánchez.

CONSIDERANDO



PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 14 de julio de 2025, la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, en la condición indicada,



solicitó la inscripción de la marca de fábrica y servicios **DE MI CAMPO**, para proteger y distinguir en **clases 29**: verduras y hortalizas cocidas; verduras y hortalizas en conserva, verduras y hortalizas enlatadas; ensaladas de verduras; en **clase 31**: verduras y hortalizas frescas; lechugas frescas; en **clase 39**: distribución mayorista de verduras frescas, enteras, cortadas, lavadas, enlatadas, procesadas o sin procesar; en **clase 40**: producción de verduras frescas, enteras, cortadas, lavadas, enlatadas, procesadas o sin procesar; y en **clase 43**: suministro de ingredientes alimentarios a terceros; lista que fue reclasificada mediante escrito presentado el 7 de agosto de 2025 (folio 16 del expediente de origen).

Una vez analizada la solicitud, mediante resolución dictada a las 17:06:50 horas del 30 de setiembre de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual rechazó la inscripción de la marca solicitada



, por derechos de terceros al presentar similitud gráfica, fonética e ideológica con los signos registrados **DEL CAMPO**,



, y , además por la relación existente entre productos y servicios, lo cual podría provocar en los consumidores riesgo de confusión o asociación empresarial, de conformidad con el artículo 8 incisos a), b) y e) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).



Inconforme con lo resuelto, la representación de la empresa solicitante VPC INTERNATIONAL CORP., interpuso recurso de apelación y expresó en sus agravios lo siguiente:



1. Entre la marca solicitada **DE MI CAMPO**, y las inscritas **DEL CAMPO**,



y , presentan en sus logos diferencias gráficas por cuanto la solicitada posee una tipografía gruesa, moderna, en color verde, además cuenta con el diseño de un sol amarillo que se asoma a través de una colina, el cual evoca a un amanecer en un entorno agrario, siendo este elemento visual el cual reafirma el mensaje de origen natural y fresco, lo que concede diferencia al distintivo marcario respecto de las marcas inscritas.

2. En el campo fonético la frase **DE MI CAMPO** se compone por cuatro sílabas, mientras que, **DEL CAMPO**, se conforma de tres sílabas, además el aditamento del elemento **MI**, trastorna el ritmo y la entonación al momento de articular la marca, lo que viene a reducir la posibilidad de un riesgo de confusión a nivel fonético.

3. A nivel conceptual el signo solicitado **DE MI CAMPO** incorpora una carga conceptual visiblemente personal y evocativa, al añadir el pronombre posesivo **MI**, que le otorga una identidad rural definida y un mensaje con un origen de su propia naturaleza, realidad y contacto; por el contrario, las marcas **DEL CAMPO**, en sus diversas presentaciones se circunscriben a una expresión genérica, que no expresa pertenencia únicamente procedencia, que las viene a hacer



más impersonales y descriptivas.

4. La marca registrada **DEL CAMPO PLATANITOS**, en su conformación presenta un elemento gramatical adicional sea **PLATANITOS**, el cual concede distintividad e identifica un tipo específico de snack; de ahí que, este elemento le confiere al consumidor una apreciación distinta respecto del signo pretendido **DE MI CAMPO**, y sin dejar de lado que no existe relación entre los productos protegidos y solicitados.

5. La frase **DEL CAMPO**, es descriptiva con relación a productos alimenticios, debido a que insinúa claramente su origen o procedencia natural, lo cual viene a delimitar su distintividad y ámbito de protección que puede concederse sobre dicho término; de ahí que, no sea posible imposibilitar la inscripción de composiciones que contengan expresiones descriptivas junto con otros elementos adicionales que las distingan como sucede con la expresión **DE MI CAMPO**, que posee un componente distintivo propio y no pretende reproducir ni aprovecharse de las marcas registradas.

6. Respecto a las diferencias entre productos y servicios, el signo pretendido **DE MI CAMPO**, va dirigido al sector agrícola y hortícola; por el contrario los productos de las marcas registradas comprenden alimentos procesados de origen animal, grasas, conservas y otros productos destinados al consumo final; en consecuencia, no existe relación con la producción, el procesamiento de vegetales frescos y mucho menos con servicios logísticos o de abastecimiento en este sector, y con respecto a la tercer marca, está directamente relacionada a un snack para el consumo inmediato, que no guarda



relación con la cadena agroproductiva vegetal.

Finalmente, solicitó se declare con lugar el recurso de apelación y se revoque la resolución que deniega la marca pretendida.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hechos con tal carácter, relevantes para lo que debe ser resuelto, que en el Registro de la Propiedad Intelectual, se encuentran inscritas a nombre de la empresa ALINTER, S.A., los siguientes signos:

1. Marca de fábrica **DEL CAMPO**, registro 150076, inscrita desde el 20 de octubre de 2004, vigente hasta el 20 de octubre de 2034, protege y distingue en **clase 29**: pescado en su variedad de atún enlatado, sardinas; aceites y grasas comestibles (Folio 6 legajo de apelación).



2. Marca de fábrica y comercio **DEL CAMPO**, fue declarada su notoriedad por parte del Registro de la Propiedad Intelectual, registro 261111, inscrita desde el 7 de abril de 2017, vigente hasta el 7 de abril de 2027, protege y distingue en **clase 29**: carne, pescados, pescados, aves y pesca, extracto de carne, frutas y legumbres en conserva, secas y cosidas, jaleas, mermeladas, huevo, leche y otros productos lácteos, aceites y grasas comestibles, conservas, encurtidos; en **clase 30**: café, té, cacao, azúcar, tapioca, sagú, sucedáneos del café, harinas y preparaciones hechas con cereales, pan bizcochos, tortas, pastelería, confitería, helados, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos para esponjar, sal, mostaza, pimienta vinagre, salsas, especias, hielo; y en



clase 32: cerveza, aguas minerales y gaseosas, otras bebidas no alcohólicas, jarabes y otros preparados para hacer bebidas (Folio 7 y 8 legajo de apelación).



3. Marca de fábrica y comercio , registro 225206, inscrita desde el 11 de febrero de 2013, vigente hasta el 11 de febrero de 2033, protege y distingue en **clase 29:** plátanos tostados con sal, plátanos tostados con limón y sal y plátanos maduros tostados en sus diferentes variedades (Folio 9 y 10 legajo de apelación).

TERCERO. EN CUANTO A LOS HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos que con tal carácter sean 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 DEL ASUNTO. COTEJO DE LOS SIGNOS ENFRENTADOS. Conforme a la normativa marcaria aplicable, se desprende del hecho probado primero del considerando segundo de esta resolución, la existencia de un factor que modifica las reglas ordinarias de confrontación marcaria, como es la notoriedad que ostenta la marca de fábrica **DEL CAMPO**.



Así las cosas, este Tribunal debe abocar su análisis de fondo a constatar si el signo en disputa guarda una relación de identidad o similitud con la marca de fábrica que ha sido reconocida como notoria y con los restantes distintivos marcarios, ello con el propósito de determinar si la coexistencia de los signos pueda causar en el consumidor un inminente riesgo de confusión o de asociación empresarial.

Por consiguiente, de conformidad con la Ley de marcas y su Reglamento, decreto ejecutivo 30233-J de 20 de febrero de 2002, todo signo que pretenda ser registrado como marca debe ser primordialmente distintivo y, por ende, estar fuera de las causales de inadmisibilidad establecidas, en el caso concreto, de los artículos 8 incisos a), b) y e) de la citada ley, determinando en forma clara que ningún signo podrá ser registrado cuando afecte algún derecho de tercero, al respecto señala:

[...]

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.

[...]

e) Si el signo constituye una reproducción, imitación, traducción o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido en cualquier Estado contratante del Convenio de París por el sector pertinente del público, en los círculos empresariales pertinentes, o en el comercio internacional, y que pertenezca a un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los cuales tal signo se aplique, cuando su uso resulte susceptible de confundir o conlleve un riesgo de asociación con este tercero o un aprovechamiento injusto de la notoriedad del signo.

[...]

Para realizar este análisis, se recurre también a lo dispuesto en el artículo 24 incisos a), b), c), d) e) y g), del Reglamento a la Ley de marcas, norma que establece las reglas fundamentales para realizar el cotejo entre los signos aduciendo al examen gráfico, fonético e ideológico, así como el análisis de los productos o servicios que se pretenden distinguir. Asimismo, dicha disposición prevé que, frente a una marca que ostente el carácter de notoria, el signo cuya inscripción se pretenda debe poseer un grado superior de distintividad que impida cualquier riesgo de confusión o dilución marcaria.

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



Marca solicitada	Marcas registradas		
	DEL CAMPO		
Clase 29	Clase 29	Clase 29	Clase 29
Verduras y hortalizas cocidas; verduras y hortalizas en conserva, verduras y hortalizas enlatadas; ensaladas de verduras.	Pescado en su variedad de atún enlatado, sardinas; aceites y grasas Comestibles.	Carne, pescados, pescados, aves y pesca, extracto de carne, frutas y legumbres en conserva, secas y cocidas, jaleas, mermeladas, huevo, leche y otros productos lácteos, aceites y grasas comestibles, conservas, encurtidos.	Plátanos tostados con sal, plátanos tostados con limón y sal y plátanos maduros tostados en sus diferentes variedades.
Clase 31		Clase 30	
Verduras y hortalizas frescas; lechugas frescas.		Café, té, cacao, azúcar, tapioca, sagú, sucedáneos del café, harinas y preparaciones hechas con cereales, pan bizcochos, tortas, pastelería, confitería, helados, miel, jarabe de melaza, levadura, polvos para esponjar, sal, mostaza, pimienta vinagre, salsas, especias, hielo.	
Clase 39		Clase 32	



Distribución mayorista de verduras frescas, enteras, cortadas, lavadas, enlatadas, procesadas o sin procesar.		Cerveza, Aguas minerales y gaseosas, otras bebidas no alcohólicas, jarabes y otros preparados para hacer bebidas.	
Clase 40			
Producción de verduras frescas, enteras, cortadas, lavadas, enlatadas, procesadas o sin procesar.			
Clase 43			
Suministro de ingredientes alimentarios a terceros.			

Después de analizar detalladamente los signos en conflicto y valorando los agravios de la apelación, se determina a nivel gráfico,



que la marca solicitada , es mixta compuesta por la locución **DE MI CAMPO**, dispuesta en dos líneas sobrepuestas **DE MI**, y **CAMPO**, escrita en una grafía sencilla en letras mayúsculas color verde, además en la letra “O”, presenta en su parte superior el diseño de un sol y bajo este se coloca una línea ondulada verde que simula conceptualmente la silueta de un terreno, campo o llanura. Por su parte, los signos inscritos el primero es denominativo **DEL CAMPO**, y los restantes mixtos, a pesar de estar compuestos por diseños y una paleta de colores que incorporan respectivamente el negro, blanco, verde, rojo, anaranjado y amarillo, todos se encuentran conformados primordialmente por la frase **DEL CAMPO**.



De la anterior descripción, se determina que si bien entre los distintivos marcarios existen diferencias a nivel tipográfico y en sus diseños, se presenta una evidente afinidad gramatical respecto de las frases **DE MI CAMPO**, y **DEL CAMPO**, por cuanto ambas estructuras denominativas comparten el mismo núcleo sustantivo y determinante sea el término **CAMPO**, en el cual el consumidor fija su atención, además la introducción de la partícula **MI**, en el signo solicitado en lugar de la contracción **DEL**, de las marcas registradas constituye una variación gramatical secundaria, que no provoca una diferenciación que le agreguen la aptitud distintiva suficiente para poder distinguirse; en consecuencia, esa identidad puede ocasionar en el consumidor riesgo de confusión o asociación empresarial, y precisamente esto es lo que el ordenamiento jurídico marcario trata de evitar, al no permitir que signos idénticos o similares y que protegen productos o servicios exactos, equivalentes o relacionados se inscriban en perjuicio de un titular con mejor derecho para ello.

Desde el campo fonético, y tomando en consideración lo antes mencionado, la pronunciación de las marcas es similar al oído del consumidor, no existiendo una diferenciación clara y suficiente para que el consumidor pueda diferenciar la marca solicitada de las registradas, lo que viene a reafirmar la existencia de un riesgo de confusión o asociación.

En el campo ideológico, las locuciones **DE MI CAMPO**, y **DEL CAMPO**, centran su atención en la palabra **CAMPO**, definida por el diccionario en línea de la Real Academia Española como:

[...]



1. **m.** Terreno extenso fuera de poblado. *Los fines de semana vamos al campo.*

Sin.: prado, pradera, llanura, dehesa, pradería, terreno, campaña, terruño.

2. **m.** Tierra laborable. *La lluvia es buena para el campo.*

Sin.: labrantío, sembrado, huerta, campiña

[...]

(Real Academia Española (2024). Recuperado el 25 de mayo de 2026, de <https://dle.rae.es/real?m=form>).

De ahí que, los signos en conflicto evocan en el consumidor una misma idea o un idéntico mensaje comercial, y puede llevarlo al convencimiento erróneo de que **DE MI CAMPO**, es una extensión de línea, una versión selecta o una variante comercial de las marcas preexistentes **DEL CAMPO**, materializándose así un evidente riesgo de asociación empresarial.

Por otra parte, al contar con la declaratoria de notoriedad la marca



, se le brinda una protección reforzada y de registrarse la marca solicitada se estarían violentando los tres elementos establecidos en el citado artículo 8 inciso e), tales como el riesgo de confusión o asociación, donde el consumidor puede confundir los signos por la similitud que presentan como la relación existente entre productos y servicios, lo que ocasiona confusión en el consumidor al considerar que estos provienen de un mismo origen empresarial; por otra parte se produciría un aprovechamiento injusto de la notoriedad del signo, que se logra por medio de distintos factores como:



antigüedad, publicidad, mercadeo, calidad, permanencia en el mercado, es decir la notoriedad no surge de forma espontánea, por lo que esa ardua labor merece protección y el permitir que un tercero utilice un signo similar para los mismos productos y servicios relacionados, sería permitir el aprovechamiento injusto de todo el camino que ha realizado la empresa titular de las marcas antes señaladas, además se beneficiaría del posicionamiento en el comercio y le ahorraría al solicitante una gran cantidad de tiempo, dinero y publicidad para colocar su signo en el mercado y finalmente se configuraría la dilución marcaria, que es el debilitamiento de la fuerza distintiva de la marca cuando se presenta otra marca muy parecida, que es utilizada para distintos productos, servicios o relacionados y el consumidor percibe que el signo notorio no es únicamente utilizado por su titular, lo que ocasiona una disminución en el carácter distintivo y potencial publicitario de la marca notoria y la progresiva destrucción de su fuerza distintiva, que inevitablemente se produciría si proliferasen las empresas que utilicen un signo idéntico o semejante a las marcas notorias.

Por todo lo anterior, no puede este Tribunal dejar de considerar el inminente riesgo de confusión y asociación empresarial que podría darse, ya que los distintivos marcarios son confundibles dada la identidad gráfica, fonética e ideológica en torno a las locuciones **DE MI CAMPO**, y **DEL CAMPO**.

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, esto incluye que ni siquiera se puedan relacionar.

Por consiguiente, del cotejo antes realizado se determina de la lista de productos y servicios que pretende la marca solicitada con relación al listado de productos que protegen las marcas inscritas, que son de la misma naturaleza y otros se encuentran estrechamente relacionados, ya que las legumbres, verduras y hortalizas pertenecen al mismo género botánico y alimentario, además las verduras y hortalizas en conserva o cocidas, solicitadas por la marca propuesta están completamente absorbidas por la cobertura de legumbres en conserva, secas y cocidas de las marcas registradas. De ahí que, por la naturaleza e identidad en los productos, comparten los mismos canales de distribución (supermercados, áreas de abarrotes), van dirigidos al mismo consumidor y se encuentran en una relación de competencia directa.

Por otra parte, los servicios pretendidos sea distribución mayorista de verduras frescas, enteras, cortadas, lavadas, enlatadas, procesadas o sin procesar, producción de verduras frescas, enteras, cortadas, lavadas, enlatadas, procesadas o sin procesar y suministro de ingredientes alimentarios a terceros, representan las etapas previas de industrialización y logística necesarias para que los productos alimenticios de las marcas inscritas lleguen al mercado; por lo cual, de permitirse la inscripción de la marca **DE MI CAMPO**, se provocaría un riesgo de confusión en el consumidor y de asociación empresarial, ya que los servicios pretendidos giran en torno a la producción,



procesamiento, distribución y suministro de la misma materia prima alimentaria de las marcas registradas al tratarse en su mayoría de productos alimenticios; además al haber quedado demostrada la semejanza limitativa que presentan los signos a nivel gráfico, fonético e ideológico, como la identidad y conexidad de los mercados a los que se dirigen, no es viable la inscripción de la solicitud propuesta.

Respecto a los agravios señalados por la apelante, cabe indicar que del cotejo y análisis antes realizado, queda demostrada la semejanza a nivel gráfico, fonético e ideológico que presentan los signos en conflicto, por ende, la marca solicitada no cuenta con una carga diferencial que le otorgue distintividad, además se presenta identidad y conexidad entre los productos y servicios con relación al mercado al que se dirigen y el consumidor, siendo inevitable el riesgo de confusión en el consumidor y de asociación empresarial.

Con relación, al argumento de la apelante que la marca registrada **DEL CAMPO PLATANITOS**, en su conformación presenta el elemento gramatical **PLATANITOS**, que le concede distintividad frente al signo pretendido **DE MI CAMPO**, además identifica un tipo específico de snack, que no guarda relación con los restantes productos protegidos y solicitados, por lo cual no se presenta confusión ni relación con los productos protegidos. De ahí que, considera este Tribunal que no lleva razón la apelante, ya que la locución **DEL CAMPO** constituye el núcleo fuerte, dominante y la raíz de las marcas registradas, además la adición del término **PLATANITOS**, funciona únicamente como un elemento descriptivo o indicativo de la variedad del producto (un snack o aperitivo derivado del plátano), el cual resulta accesorio frente a la potente carga fonética, gráfica e ideológica que aporta la locución



principal **DEL CAMPO**. En consecuencia, la inclusión de un término eminentemente descriptivo no dota al signo de una distintividad autónoma que rompa el inminente riesgo de confusión con la marca solicitada y tal y como se indicó el procesamiento de frutas y verduras que se pretende proteger constituyen una etapa previa de los productos procesados puestos en el mercado por la marca inscrita.

En cuanto a lo señalado por la apelante que la locución **DEL CAMPO** es un término débil y evocativo de la procedencia natural de los alimentos, lo cual limita su ámbito de exclusividad registral. Por tanto, sostiene que no es jurídicamente viable prohibir nuevas combinaciones marcarias basadas en dicha raíz si incluyen variantes diferenciadoras; condición que, a su criterio, cumple el signo solicitado **DE MI CAMPO**, al poseer una identidad propia que descarta cualquier riesgo o aprovechamiento de las marcas inscritas.

De lo anterior, considera este Tribunal que no lleva razón la recurrente, si bien las marcas evocativas poseen un ámbito de protección más atenuado, dicha condición no autoriza la inscripción de signos que repliquen de forma casi idéntica la estructura gramatical, fonética e ideológica de las marcas registradas, en el caso bajo análisis, la simple sustitución de la contracción DEL por la frase DE MI en el signo solicitado DE MI CAMPO, se constituye en una variación mínima que no concede distintividad al mantenerse intacta la impresión de conjunto de los signos, así como la identidad visual y fonética de las marcas inscritas, y con mucha más razón cuando por su naturaleza guardan relación en el mercado de productos alimenticios, y al no haber aportado el solicitante elementos novedosos ni una fisonomía propia que rompa el nexo de semejanza,



la teoría de la debilidad marcaría resulta inaplicable al presente caso, subsistiendo un inminente riesgo de asociación empresarial.

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, 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 los argumentos expuestos, se declara sin lugar el recurso de apelación planteado por la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, apoderada especial de la empresa **VPC INTERNATIONAL CORP.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 17:06:50 horas del 30 de setiembre de 2025, la que en este acto se confirma.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **sin lugar** el recurso de apelación planteado por la abogada Anel Michelle Aguilar Sandoval, en su condición de apoderada especial de la empresa **VPC INTERNATIONAL CORP.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 17:06:50 horas del 30 de setiembre de 2025, 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

lvd/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

MARCAS INADMISIBLES POR DERECHO DE TERCEROS

TE: MARCA NOTORIAMENTE CONOCIDA

TE: MARCA REGISTRADA O USADA POR TERCERO

TE: MARCAS EN TRÁMITE DE INSCRIPCIÓN

TG: MARCAS INADMISIBLES

TNR: 00.41.33