



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0472-TRA-PI

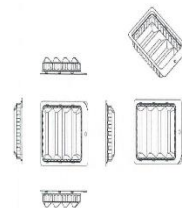
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA TRIDIMENSIONAL

SIGMA ALIMENTOS S.A, DE C.V., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-2595

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS



VOTO 0277-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las diez horas con veintitrés minutos del veintiocho de abril de dos mil veintiséis.

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por el abogado Luis Diego Castro Chavarría, cédula de identidad 1-0669-0228, vecino de San José, en su condición de apoderado especial de la compañía SIGMA ALIMENTOS S.A., DE C.V., organizada y existente conforme las leyes de México, domiciliada en Avenida Gómez, Morín No. 1111, Colonia Carrizalejo, código postal 66254 San Pedro Garza García, Nuevo León, México, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 14:50:08 horas del 4 de agosto de 2025.

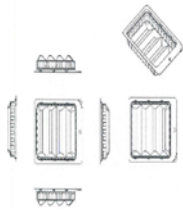
Redacta el juez Gilbert Bonilla Monge.

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 11 de marzo de 2025,



el abogado Luis Diego Castro Chavarría, en la condición indicada, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio tridimensional



, para proteger y distinguir: carnes frías, embutidos, salchichas y quesos, en clase 29 internacional.

El Registro de la Propiedad Intelectual, una vez realizados los análisis correspondientes, mediante resolución dictada a las 14:50:08 horas del 4 de agosto de 2025, denegó la inscripción de la marca propuesta por razones intrínsecas, ya que carece de aptitud distintiva pues corresponde a la forma común o usual de venta del tipo de productos pretendidos en el mercado, de conformidad con el artículo 7 incisos a) y g) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).

Inconforme con lo resuelto, la representación de la empresa solicitante apeló, indicando lo siguiente:

1. La marca solicitada posee una forma novedosa, su empaque está fabricado por un material plástico semirrígido, compuesto por cuatro compartimientos escalonados con una forma semi triangular y en cuyas paredes hay costillas semicirculares que le dan una apariencia y textura muy particular, además las costillas moldean cavidades semicilíndricas en el interior y protuberancias en la parte exterior. De ahí que, su textura, junto con los elementos estilísticos novedosos harán que el empaque sobresalga y con ello se distinga sin confusión de los demás empaques de carnes frías, embutidos, salchichas y quesos.



2. De la comparación entre los empaques tradicionales de los productos en el mercado y el empaque de su representada, no existe identidad ni semejanza, por cuanto la mayoría de los competidores comercializan sus productos en bolsas o envoltorios plásticos flexibles, y otros optan por empaques rígidos formados por cajas o latas lisas con fondo plano. En consecuencia, el consumidor al observar y tener contacto con el empaque propuesto y sin necesidad de ver su etiqueta, va a identificar de forma inmediata el origen empresarial del producto como perteneciente a SIGMA ALIMENTOS.

3. Su representada solo pretende la protección en cuanto a los elementos particulares del empaque, sea cuatro compartimentos escalonados con una forma semi triangular, más paredes con costillas semicirculares, por lo cual su registro no limita el uso o registro por parte de terceros de formas de empaques que carezcan de esa composición de características.

4. La marca fue registrada en el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, bajo el número 1838705, circunstancia que determina que la marca es distintiva y por tanto registrable.

Solicita que se declare con lugar el recurso de apelación interpuesto para que se revoque la resolución recurrida y se continúe el trámite de registro de la marca solicitada.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS Y HECHOS NO PROBADOS. Por ser un hecho de puro derecho, se prescinde de un elenco de hechos probados y no probados.

TERCERO. 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.

CUARTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. De conformidad con la Ley de marcas y su reglamento toda marca que se pretenda registrar en el Registro de Propiedad Intelectual debe contar con aptitud distintiva para distinguir eficazmente los productos y servicios que representa y comercializa, de aquellos otros bienes, de igual o similar naturaleza, ofrecidos por sus competidores en el mismo mercado de bienes y servicios.

En este sentido, el objetivo de la normativa marcaria es procurar el registro, únicamente de aquellas marcas que resulten suficientemente distintivas para que sus productos o servicios puedan individualizarse de los otros bienes idénticos o similares. Lo anterior, no solamente evita el riesgo de confusión y engaño en la percepción general de los consumidores, sino que también previene posibles perturbaciones y competencias desleales en las actividades comerciales que desarrollan los diferentes fabricantes y oferentes en el mercado de bienes y servicios.

La distintividad es definida como la capacidad que tiene un signo para individualizar, identificar y diferenciar en el mercado los productos o servicios, haciendo posible que el consumidor o usuario los seleccione. Es considerada como característica esencial que debe reunir todo signo para ser registrado como marca y constituye el presupuesto indispensable para que esta cumpla su función de indicar el origen empresarial y, en su caso incluso, la calidad del producto o servicio, sin causar riesgo de confusión o asociación en el



público consumidor (Interpretación Prejudicial del Tribunal de la Comunidad Andina; procesos 242-IP-2015 del 24 de agosto de 2015 y 81-IP-2020 del 6 de mayo de 2022).

Para lograr la diferenciación del signo marcario y su correspondiente distintividad, el artículo 3 de la ley citada, permite la representación de los bienes y servicios protegidos por una marca determinada, mediante la utilización de elementos denominativos, gráficos, mixtos, tridimensionales, entre otras. Este numeral, en lo de interés para este examen, dicta lo siguiente:

Artículo 3.- Signos que pueden constituir una marca Las marcas se refieren, en especial, a cualquier signo o combinación de signos capaz de distinguir los bienes o servicios; especialmente las palabras o los conjuntos de palabras –incluidos los nombres de personas–, las letras, los números, los elementos figurativos, las cifras, los monogramas, los retratos, las etiquetas, los escudos, los estampados, las viñetas, las orlas, las líneas o franjas, las combinaciones y disposiciones de colores, así como los sonidos. Asimismo, pueden consistir en la forma, la presentación o el acondicionamiento de los productos, sus envases o envolturas o de los medios o locales de expendio de los productos o servicios correspondientes.

[...]

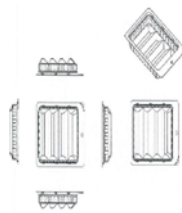
Consecuentemente, resultarán registrables todos aquellos signos marcarios que estén conformados por palabras, términos, combinación de vocablos, elementos gráficos, imágenes, figuras, envases, envolturas y otros elementos delimitados por formas, dibujos y colores.



Así, cuando los elementos precitados contienen fondo, ancho y altura se constituye un signo marcario tridimensional, caracterizado porque posee tres dimensiones en el espacio, las cuales proveen al signo marcario un cuerpo con determinada forma y volumen.

Para lograr su registro como marca, el signo tridimensional también debe contener la distintividad suficiente y superar el examen de causales intrínsecas y extrínsecas que impiden su registro, según lo establecido por los numerales 7 y 8 de la Ley de marcas.

En el caso de estudio, la parte promovente solicitó el registro del signo



marcario tridimensional para proteger y distinguir productos en la clase 29 internacional, pero el Registro de la Propiedad Intelectual denegó la inscripción rogada porque consideró que el signo contraviene las causales intrínsecas contenidas en los incisos a) y g) del artículo 7 de la Ley de marcas.

Artículo 7°- **Marcas inadmisibles por razones intrínsecas.** No podrá ser registrado como marca un signo que consista en alguno de los siguientes:

a) La forma usual o corriente del producto o envase al cual se aplica o una forma necesaria o impuesta por la naturaleza del producto o servicio de que se trata.

[...]

g) No tenga suficiente aptitud distintiva respecto del producto o servicio al cual se aplica.

[...]

En el mismo sentido, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina



en el Proceso 81-IP-2020 del 6 de mayo de 2022, en cuanto a las reglas para realizar el examen de las marcas tridimensionales determinó:

[...]

1.6.4 El examen deberá hacerse partiendo de los elementos que aportan distintividad en cada caso, como las formas, líneas, perspectivas, relieves, ángulos; es decir, la inclusión de elementos arbitrarios o especiales que provoquen una impresión diferente a la que se obtiene al observar otros signos distintivos o diseños industriales, para distinguirlo de otros que se comercialicen en el mercado y así evitar error en el público consumidor y el riesgo de asociación y/o confusión.

[...]

1.7. Para registrar una forma tridimensional como marca, dicha forma, por sí misma, debe permitir a los consumidores asociar el signo con un determinado origen empresarial. Si ello no ocurre, la distintividad podría provenir de elementos denominativos o figurativos (palabras, números, dibujos, colores, gráficos, etc.), caso en el cual estaríamos ante una marca mixta, siendo que lo tridimensional es uno de sus componentes

[...]

Igualmente, tal como lo ha señalado anteriormente este Tribunal, las marcas tridimensionales deben contar con capacidad distintiva para tener la aptitud básica que permita consentir su registro, por cuanto ese elemento resulta ser la función primordial, tal y como lo dispone tanto la normativa nacional, como la internacional (las indicadas normas 3, 7 y 8 de la Ley de marcas, el artículo 20 de su Reglamento, y el numeral 6 quinquies B del Convenio de París para la Protección de la Propiedad Industrial). La doctrina marcaria es congruente con ello al señalar que a los efectos de determinar la distintividad de una



marca tridimensional: “...bastará con ver el envase para saber de qué producto se trata, o cuál es la marca denominativa que llevan. Desde luego que los envases deberán tener algo característico, salirse de lo común y habitual, para ser registrables.” (Otamendi, Jorge. (1999) *Derecho de Marcas*. (3ª Ed.). Buenos Aires, Argentina: Abeledo Perrot, p. 48).

De lo anterior se infiere, que cuando se pretenda inscribir una figura especial de un objeto como marca tridimensional, debe poseer una forma característica especial, con el propósito de que distinga y diferencie el producto que se ofrece en el mercado de otros, puesto que la legislación marcaria, con relación a las marcas tridimensionales, no permite registrar la forma de los productos si esa es la usual o común, por cuanto la forma que es apropiable por todos, no puede ser objeto de derecho marcario en exclusiva.

De ahí que, el diseño de la figura sometida a inscripción se encuentra dentro de la prohibición de registrar como marca “la forma usual o corriente del producto o envase al cual se aplica o una forma necesaria o impuesta por la naturaleza del producto o servicio de que se trata”; ello, de conformidad con lo que establece el artículo 7 inciso a) de la Ley de marcas.

En este mismo sentido el tratadista Manuel Lobato, en su Comentario a la Ley 17/2001, página 176, ha señalado:

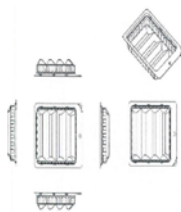
Así pues, las formas se admiten a registro siempre que no sean formas necesarias para el uso común en el sector comercial en que se desarrolle el producto o servicio que dicha forma distingue. De otro modo, la exclusiva ostentada por el titular de la marca obstaculizaría la libre competencia del producto o



servicio identificado.

Sobre esta misma línea de pensamiento, si la marca tridimensional se refiere a la forma común o corriente del producto o envase, recae en la prohibición del inciso g) del artículo 7 de la citada ley, por carecer de distintividad. De ahí que, la marca para ser registrable debe gozar de aptitud distintiva, la cual se manifiesta en la capacidad que contenga el signo para distinguir en el mercado sus productos o servicios de uno u otro empresario, y con ello logre el consumidor o usuario poder identificarlos como tales.

En el caso concreto, el interesado describe de manera detallada los elementos que conforman la marca tridimensional solicitada



, tales como el material plástico semirrígido, los cuatro compartimentos escalonados con una forma semi triangular, en cuyas paredes hay “costillas” semicirculares que le dan una apariencia y textura particular, las cuales forman cavidades semicilíndricas en el interior y protuberancias en la parte exterior, indicando que estos estilos harán los que el empaque sobresalga y se diferencie claramente del resto de empaques de carnes frías, embutidos, salchichas y quesos. Sin embargo, este Tribunal logra constatar desde su apreciación, tal y como la haría el consumidor de este tipo de productos, que se trata de la forma común, usual y corriente que poseen empaques destinados para estos efectos.

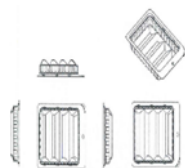
Por consiguiente, del estudio se logra constatar que la propuesta consiste en la forma común y usual que poseen los embalajes o



recipientes destinados a comercializar carnes frías, embutidos, salchichas y quesos en el mercado nacional, y al tratarse de una estructura geométrica ordinaria, el consumidor la percibirá únicamente como el contenedor del producto y no como un indicador de su origen empresarial. En consecuencia, el diseño propuesto carece de elementos singulares que le otorguen originalidad o un carácter distintivo diferenciador, manteniéndose dentro de las formas estandarizadas del comercio.

En este sentido, cabe recordar que el criterio de análisis para los signos tridimensionales exige que el diseño propuesto se aparte significativamente de los envases habituales del sector comercial pertinente. El elemento determinante es su capacidad de diferenciación autónoma, basada en una configuración arbitraria que lo distinga de otros bienes de su misma especie o naturaleza, y al cumplir con este requisito, el signo tridimensional realiza eficazmente su función esencial, permitiendo que el consumidor lo asocie directamente con una determinada procedencia comercial a simple vista.

En consecuencia, considera este Tribunal que el signo tridimensional



solicitado , incurre en las causales de inadmisibilidad contenidas en el artículo 7 incisos a) y g) de la Ley de marcas, no siendo posible bajo esa condición el proporcionarle protección registral.

Por otra parte, respecto a los agravios del apelante al indicar que la



marca solicitada consiste en una forma de empaque novedosa, distinta, que junto con su textura y los elementos estilísticos innovadores harán que el empaque sobresalga y con ello se distinga sin confusión de los demás empaques de carnes frías, embutidos, salchichas y queso, este Tribunal considera que ese conjunto de elementos responde primordialmente a criterios de utilidad, ergonomía y funcionalidad técnica, por ejemplo las “costillas” y el grosor del plástico semirrígido brindan resistencia estructural al contenedor, otorgándole firmeza y aislamiento para evitar que el contenido se aplaste, se deforme o se derrame durante la cadena de distribución y el almacenamiento; siendo que, el ordenamiento marcario prohíbe la apropiación exclusiva de formas impuestas por motivos funcionales o que confieran una ventaja técnica en el mercado, toda vez que otorgar un monopolio marcario sobre un envase funcional limitaría de forma anticompetitiva al resto de los competidores del sector de embutidos y quesos.

Además, agrega el recurrente que existe una marcada diferencia entre los empaques tradicionales del sector y el envase solicitado por su representada, al mismo tiempo la mayoría de los competidores comercializan carnes frías, embutidos y quesos en bolsas o envoltorios plásticos flexibles, o bien, en empaques rígidos uniformes como cajas o latas lisas con fondo plano y en virtud de esa supuesta falta de identidad o semejanza con el estándar comercial, sostiene que el consumidor identificará el origen empresarial del producto como perteneciente a SIGMA ALIMENTOS con la mera observación del empaque. De lo anterior, determina este órgano de alzada que no lleva razón el apelante, debido a que el diseño propuesto no logra romper con las expectativas de presentación habituales de la categoría de productos que pretende proteger, además la sola circunstancia de que



existan otros competidores utilizando envolturas flexibles no rompe la naturaleza usual y corriente del envase rígido bajo estudio, ya que no reúne la capacidad de identifica o distinguir de forma directa el origen empresarial de los productos.

En cuanto a lo manifestado por el apelante, que su representada no pretende una protección absoluta o generalizada sobre los envases del sector, sino que restringe su solicitud exclusivamente a la conjunción de los elementos característicos de su empaque; a saber: la combinación de cuatro compartimentos escalonados de forma semitriangular junto con paredes provistas de costillas semicirculares, por lo cual la concesión del registro no implicaría una limitación indebida para que terceros competidores utilicen o registren otras formas de empaque en el mercado, siempre que estos carezcan de esa combinación particular de características. Considera este órgano de alzada que no lleva razón el recurrente, por cuanto, el compromiso de la solicitante de no accionar contra empaques que carezcan de su combinación particular resulta insuficiente para otorgar el registro, debido a que persiste la naturaleza común y el fin funcional de los componentes del envase tridimensional. En caso de que lo desee, puede acceder a otras figuras de Propiedad Intelectual que podrían proteger ese tipo de características.

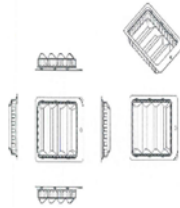
Cabe acotar que el hecho de que su representada tenga inscrito su registro ante el Instituto Mexicano de la Propiedad Industrial, tal situación no es relevante para los efectos de la presente solicitud, debido a que cada país posee su propia legislación y toda solicitud debe cumplir con los requisitos legales y reglamentarios establecidos para ello, conforme lo consagra el principio de territorialidad, el hecho que un signo esté inscrito en otro país no le concede expectativa ni



derecho para inscribir la marca en Costa Rica.

De tal forma que los agravios del apelante deben ser rechazados, por cuanto ha quedado claramente demostrado que la marca tridimensional propuesta no tiene la distintividad necesaria y requerida para lograr su inscripción registral, al constituir la forma usual y corriente del producto que solicita proteger con su signo, siendo además carente de distintividad.

QUINTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos expuestos, cita normativa, jurisprudencia y doctrina expuestas, considera este Tribunal que la marca de fábrica y comercio



tridimensional solicitada , no es registrable por razones intrínsecas, conforme a lo dispuesto en el artículo 7 incisos a) y g) de la Ley de marcas.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara **sin lugar** el recurso de apelación planteado por el abogado Luis Diego Castro Chavarría, en su condición de apoderado especial de la empresa SIGMA ALIMENTOS S.A., DE C.V., en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 14:50:08 horas del 4 de agosto 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.**

Firmado digitalmente por
KAREN CRISTINA QUESADA BERMUDEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 01/07/2026 02:22

Karen Quesada Bermúdez

Firmado digitalmente por
OSCAR WILLIAM RODRIGUEZ SANCHEZ (FIRMA)
Fecha y hora: 01/07/2026 02:22

Oscar Rodríguez Sánchez

Firmado digitalmente por
GILBERT BONILLA MONGE (FIRMA)
Fecha y hora: 30/06/2026 04:09

Gilbert Bonilla Monge

Firmado digitalmente por
CHRISTIAN MENA CHINCHILLA (FIRMA)
Fecha y hora: 01/07/2026 12:04

Cristian Mena Chinchilla

Firmado digitalmente por
NORMA MERCEDES UREÑA BOZA (FIRMA)
Fecha y hora: 01/07/2026 08:41

Norma Ureña Boza

euv/KQB/ORS/CMCh/GBM/NUB

DESCRIPTORES.

TIPOS DE MARCAS

TE: MARCAS TRIDIMENSIONALES

TG: CATEGORÍAS DE SIGNOS PROTEGIDOS

TNR: 00.43.47