



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2026-0038-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA DE FÁBRICA Y

Luma

COMERCIO H O M E

CEMACO INTERNACIONAL S.A, apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-9806

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS.

VOTO 0381-2026

TRIBUNAL REGISTRAL ADMINISTRATIVO. San José, Costa Rica, a las quince horas cuarenta y seis minutos del veintiocho de mayo de dos mil veintiséis.

Recurso de apelación planteado por la abogada **Kattia Virginia Barrientos Ureña**, cédula de identidad 1-1161-0021, vecina de San José, en su condición de apoderada especial de la compañía **CEMACO INTERNACIONAL S.A.**, cédula jurídica 3-101-070993, domiciliada en San José, Sabana Oeste, la esquina sur de Teletica canal siete, trescientos cincuenta metros al oeste, contiguo al supermercado Pali; en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 13:35:15 horas del 3 de diciembre de 2025.

Redacta el juez Cristian Mena Chinchilla.



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 9 de septiembre de 2025, la abogada Kattia Virginia Barrientos Ureña, apoderada especial de la compañía CEMACO INTERNACIONAL S.A., solicitó la

Luma

inscripción de la marca de fábrica y comercio **H O M E** en las siguientes clases de la nomenclatura internacional de Niza: **clase 21** para proteger: artículos cristalería, porcelana y loza; **clase 20:** cojines decorativos, portarretratos, espejos decorativos; **clase 11:** lámparas de mesa y colgantes; **clase 27:** alfombras para casa, cocina y baño.

El Registro de la Propiedad Intelectual, por resolución de las 13:35:15 horas del 3 de diciembre de 2025, procedió a denegar la solicitud de

Luma

la marca **H O M E** en las clases 11, 20 y 21 internacional, pedida por la compañía CEMACO INTERNACIONAL S.A., al determinar su inadmisibilidad conforme al artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas). Lo anterior, al determinar que el signo propuesto es semejante a nivel

LumaBella

gráfico y fonético con las marcas inscritas (registros 324174 y 316202), propiedad de la compañía **YIWU OK ELECTRIC APPLIANCE CO., LTD**; además, que los productos que se pretenden comercializar se encuentran relacionados dentro de la misma naturaleza mercantil, no siendo posible bajo esa condición el proporcionarle protección registral; y acoge la solicitud únicamente para la clase 27 internacional, al no determinar impedimento para denegar su protección.



Inconforme con lo resuelto por el Registro, la representante de la compañía **CEMACO INTERNACIONAL S.A.**, interpone recurso de revocatoria con apelación en subsidio, y expone sus argumentos de defensa. (Folio 51 a 58)

El Registro de la Propiedad Intelectual, por resolución de las 09:37:10 horas del 5 de enero de 2025, **admite parcialmente el recurso de revocatoria** contra la resolución de alzada, y determina que las marcas bajo estudio provocan riesgo de confusión por asociación, respecto a las clases 11, en la clase 20: únicamente para portarretratos, espejos decorativos, y en la clase 21. **De ahí que, no deviene en confusión para cojines decorativos de la clase 20, y en la clase 27 aceptada inicialmente.** (Folio 59 a 66)

La representante de la compañía **CEMACO INTERNACIONAL S.A.**, en cuanto a lo apelado señaló:

1. La resolución apelada mantiene la denegatoria del registro del signo LUMA HOME para los productos en: clase 11: Lámparas de mesa y colgantes. clase 20: portarretratos y espejos decorativos. clase 21: artículos de cristalería, porcelana y loza; sin embargo, su representada considera que no existe relación competitiva, ni coincidencia real de canales comerciales, ni riesgo de confusión o asociación con los productos protegidos por la marca LUMA BELLA.
2. La resolución afirma que los productos están “estrechamente relacionados” y dirigidos a la misma área del mercado, lo cual es incorrecto, además, la resolución no cuenta con un respaldo probatorio y existe una falta de motivación específica. Tal y como lo ha señalado el Tribunal Registral Administrativo en sus



- diferentes resoluciones al exigir que debe existir una motivación individualizada sobre relación de productos y prueba del riesgo.
3. Los productos que pretende proteger su representada son exclusivamente decorativos y ornamentales (se adjuntan imágenes de los productos que comercializa visible de folio 14 a 16). En cambio, los productos de LUMA BELLA son electrodomésticos y utensilios funcionales (se adjuntan imágenes de folio 17). Por lo que no comparten naturaleza, función, uso, destino económico ni finalidad.
 4. En la práctica, los electrodomésticos se comercializan en áreas técnicas o secciones de línea blanca por departamento, mientras que los artículos decorativos se exhiben en áreas de ambientación, diseño y decoración (se adjuntan imágenes relacionadas con tienda Allys, Siman, Novex de folio 18 a 38)
 5. Manifiesta que al consultar la palabra LUMA BELLA en la dirección del buscador GOOGLE se despliegan imágenes de: batidoras, secadoras, tostadoras, licuadoras (folio 38 y 39 del legajo de apelación); se puede constatar que no coinciden con los productos solicitados por Luma Home, y que se comercializan a través de una plataforma web, como productos importados que el consumidor adquiere por medios digitales, mientras que los productos de LUMA HOME son artículos ornamentales visibles y disponibles en tienda física, dirigidos a un público que selecciona presencialmente. (Folio 38 a 42 del legajo de apelación)
 6. La web https://vastago.cr/?s=luma+bella&post_type=product señalada como canal de distribución de los productos LUMA BELLA, no constituye un catálogo oficial exhaustivo ni refleja la totalidad de los productos que la contraparte afirma tener



protegidos, solo se observan algunos artículos individuales con fichas comerciales, sin que exista correspondencia clara y completa entre los productos allí ofrecidos y la lista de bienes amparados en el registro marcario invocado.

7. Indica que se ha realizado una incorrecta aplicación del concepto “misma área del mercado”. Decir que todo lo relacionado con el “hogar” pertenece a la misma área del mercado es una generalización inválida.
8. Para que exista riesgo de confusión se requiere naturaleza similar, función semejante, destino común y sustituibilidad; y nada de eso ocurre en el presente expediente, ya que los productos de LUMA HOME no sustituyen a los de LUMA BELLA, además no compiten entre sí, y tampoco se confunden por su uso ni por su función. Por el contrario, existe una nulidad por el NO USO de la marca dentro de los productos que pretendió proteger en su momento. Se adjunta voto 134-2018, voto 911-2011, voto 847-2015, voto 0314-2019, voto 715-2015; siguiendo los criterios del Voto N.º 0911-2011 y 0134-2018, concluyendo que no existe conexión competitiva entre productos de naturaleza, función y destino económico radicalmente distintos.
9. Se adjuntan certificaciones de los sitios web consultados de Vastago.com, del sitio web de Luma Bella en Google, del sitio web de Luma Bella en Facebook; y de las fotografías de los sitios visitados, sean estos: Allys, Siman y Novex. (Folio 51 a 95)

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Este Tribunal enlista como hecho de tal naturaleza y relevante para el dictado de la presente resolución que, en la base de datos del Registro de la Propiedad Intelectual, la empresa **YIWU OK ELECTRIC APPLIANCE CO. LLC.**, es titular registral de los siguientes signos marcarios:



LumaBella

1. **Marca de fábrica y comercio** registro **324174**, en las **clases 7, 8, 9, 11 y 21** de la nomenclatura internacional de Niza; inscrita el 27 de mayo de 2024 y vigencia al 27 de mayo de 2034. (Folio 3 y 4 del legajo de apelación)

LumaBella

2. **Marca de fábrica y comercio** registro **316202**, en **clases 7, 8 y 11** de la nomenclatura internacional de Niza, Inscrita el 1 de agosto de 2023 y vigencia al 1 de agosto de 2033 (Folio 5 y 6 del legajo de apelación)

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. No se encuentran hechos con tal carácter que resulten 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. La Ley de marcas y su Reglamento, establecen que 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 precisamente la esencia del derecho exclusivo que una marca inscrita confiere a su titular.

De ello, se logra colegir que entre menos aptitud distintiva posea, mayor será la probabilidad de confusión, toda vez que la semejanza entre los signos puede inducir a los consumidores a error o confusión



en cuanto a la procedencia o el origen de los productos o servicios que adquiere. Consecuentemente, basta que pueda existir la posibilidad de asociación o relación entre estos, para establecer que la marca no desempeñaría su papel diferenciador y en consecuencia no sería posible dar protección registral al signo solicitado.

El artículo 8 de la Ley de marcas, determina en forma clara que ningún signo podrá ser registrado cuando afecte algún derecho de tercero, configurándose tal prohibición, conforme a sus incisos a) y b), de la siguiente forma:

“... 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 éstos, que puedan causar confusión al público consumidor.

b) Si el 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 la normativa trascrita, queda claro entonces que la finalidad de una marca es lograr la individualización de los productos o servicios que distingue dentro del tráfico mercantil a efecto de evitar que se pueda



provocar alguna confusión. Con ello se protege no solo al consumidor, sino también al empresario titular de signos similares dentro del mismo giro comercial.

Ahora bien, el análisis entre el signo solicitado y el signo registrado debe realizarse a la luz del artículo 24 del Reglamento de la Ley de marcas, que al efecto indica:

“... 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; ...”

En ese sentido, para establecer esa identidad o semejanza en los productos o servicios, tenemos como herramienta el cotejo marcario, procedimiento que resulta necesario para poder valorarlos desde los puntos de vista gráfico, fonético e ideológico o bien determinar las diferencias existentes entre el signo solicitado y los signos registrados.

Esta composición puede generar que efectivamente se provoque en relación con los inscritos, un riesgo de confusión frente al consumidor, situación que lleva a objetar el registro de un signo con el fin de tutelar los derechos adquiridos por terceros.

El Tribunal Registral Administrativo, con relación a ello ha



determinado que el cotejo marcario es el método que debe seguirse para saber si dos marcas son confundibles, de ahí que; con el cotejo gráfico se verifican las similitudes que pueden provocar una confusión visual causada por la identidad o similitud de los signos derivada de su simple observación, es decir, por la manera en que se percibe la marca; con el cotejo fonético se verifican tanto las similitudes auditivas como la pronunciación de las palabras si tiene una fonética similar, sea esa pronunciación correcta o no. Ello sin dejar atrás la confusión ideológica que se deriva del idéntico o parecido contenido conceptual de los signos, la cual surge cuando la representación o evocación a una misma o semejante cosa, característica o idea, en los signos, impide al consumidor distinguir a uno de otro.

Así las cosas, se procede a realizar el cotejo de los signos objetados de la siguiente manera:

SIGNO SOLICITADO

Luma
H O M E

Clase 21: artículos cristalería, porcelana y loza.

Clase 20: cojines decorativos, portarretratos, espejos decorativos.

Clase 11: lámparas de mesa y colgantes.

Clase 27: alfombras para casa, cocina y baño.

SIGNOS INSCRITOS

LumaBella

(Registro 324174)



Clase 7: batidoras; molinos [máquinas]; picadoras de carne [máquinas]; mezcladoras [máquinas]; máquinas para cortar pan; amasadoras mecánicas; máquinas eléctricas de uso doméstico para elaborar pasta; máquinas para hacer salchichas; máquinas para elaborar azúcar; máquinas mondadoras; máquinas para rallar hortalizas; máquinas de cocina eléctricas; exprimidores eléctricos; lavaplatos [máquinas]; mezcladores eléctricos para uso doméstico; batidores eléctricos para uso doméstico; rebanadores de verduras y hortalizas, eléctricos; robots de cocina eléctricos; trituradoras eléctricas para uso doméstico; secadoras centrífugas; aparatos de lavado; lavadoras con tambor de secado integrado; peladores eléctricos de verduras y hortalizas; máquinas para cortar verduras; herramientas de mano que no sean accionadas manualmente; destornilladores eléctricos; tijeras eléctricas; taladradoras de mano eléctricas; máquinas y aparatos de limpieza eléctricos; aparatos de limpieza a vapor; instalaciones de aspiración de polvo para limpiar; aspiradoras; mopas eléctricas a vapor; molinillos eléctricos de café; aparatos electromecánicos para preparar alimentos; envasadoras eléctricas al vacío para uso doméstico; cortadoras de queso eléctricas; aspiradoras robotizadas; máquinas eléctricas para hacer pastas alimenticias.

Clase 8: maquinillas para cortar la barba; rizadores; alicates para cutículas; pinzas de depilar; estuches de pedicura; tenacillas para encañonar; aparatos de mano para rizar el cabello; hojas de afeitar; limas de uñas; maquinillas de afeitar; limas de uñas [eléctricas]; pulidores de uñas [eléctricos o no]; maquinillas eléctricas o no para cortar el cabello; cortaúñas eléctricos o no; estuches de manicura; aparatos de depilación eléctricos o no; neceseres de instrumentos de manicura eléctricos; rizadores de pestañas; trenzadores eléctricos



para el cabello; aparatos de depilación láser, excepto para uso médico; tijeras; cortadores de verduras y hortalizas accionados manualmente; cuchillos; abrelatas no eléctricos; esquiladoras [instrumentos de mano]; cortadores de queso no eléctricos; peladores de verduras y hortalizas accionados manualmente; procesadores de alimentos accionados manualmente; cubiertos [cuchillos, tenedores y cucharas]; cucharas y cucharones [herramientas de mano]; Picos para hielo [piolets]; planchas eléctricas; planchas para alisar el cabello; cuchillos para fruta; espátulas [herramientas de mano]; herramientas de mano accionadas manualmente; cortapelos eléctricos para nariz.

Clase 9: televisores; balanzas; básculas con calculadora de masa corporal; grabadoras de cinta magnética; cámaras de vídeo; cascos auriculares; pantallas de vídeo; reproductores multimedia portátiles; marcos para fotos digitales; altavoces inteligentes; calculadoras; indicadores de cantidad; medidores; letreros luminosos; estuches para teléfonos inteligentes; cerraduras para puerta de lectura de huellas digitales; cargadores de pilas y baterías.

Clase 11: refrigeradores; aparatos y máquinas para purificar el aire; ventiladores eléctricos para uso personal; secadoras de ropa eléctricas; aparatos vaporizadores para planchar tejidos; saturadores; congeladores; aparatos y máquinas de hielo; máquinas para hacer helados cremosos; utensilios de cocción eléctricos; Cocinas [aparatos]; tostadores de frutos; mecheros de gas; parrillas [utensilios de cocción]; aparatos de torrefacción; ollas a presión eléctricas; freidoras eléctricas; hervidores eléctricos; hornos de microondas [aparatos de cocina]; tostadores de pan; ollas eléctricas multifuncionales; vaporeras eléctricas; prensas eléctricas para tortillas; fuentes de chocolate eléctricas; cocinas eléctricas; freidoras de aire caliente; máquinas de café eléctricas; hornos de cocción [para



uso doméstico]; secadores de pelo; calentadores de bolsillo; calentaplatos eléctricos; placas de cocción eléctricas; cocinas de inducción; sandwicheras eléctricas; yogurteras eléctricas; olla arrocera eléctrica; máquinas automáticas de uso doméstico para hacer pan; aparatos para filtrar el agua potable; hueveras eléctricas para uso doméstico; lámparas de manicura; aparatos de aire acondicionado; vaporizadores faciales [saunas]; aparatos de iluminación; enfriadores de aire portátiles por evaporación; instalaciones de aire acondicionado.

Clase 21: boles; botellas; vinajeras; utensilios para uso doméstico; recipientes para uso doméstico o culinario; servicios de mesa [vajilla]; tazas; vajilla; platos; recipientes de cocina; tapas de silicona reutilizables para alimentos; recipientes desechables de aluminio para uso doméstico; ollas; cacerolas; tapas de olla; palas para uso doméstico; tablas de cortar para la cocina; sartenes (no eléctricas); parrillas [utensilios de cocina]; trituradoras no eléctricas para uso culinario; ollas a presión no eléctricas; batidoras no eléctricas; hervidores no eléctricos; utensilios de cocina; utensilios de cocción no eléctricos; frascos de vidrio [recipientes]; artículos de cerámica para uso doméstico; recipientes térmicos para alimentos; cafeteras no eléctricas; recipientes para palomitas de maíz para uso en hornos de microondas; ollas para palomitas de maíz; dispositivos quita pelusas eléctricos o no; cepillos de dientes eléctricos; peines; peines eléctricos; cubos de basura para uso doméstico; difusores de aceites aromáticos, que no sean con varillas, eléctricos y no eléctricos; utensilios cosméticos; instrumentos de limpieza accionados manualmente; difusores de enchufe repelentes de mosquitos; Trituradoras.

LumaBella



(Registro 316202)

Clase 7: mezcladoras [máquinas]; lavadoras; picadoras de carne [máquinas]; máquinas para la industria harinera; máquinas para cortar pan; amasadoras mecánicas; aparatos electrodomésticos para preparar alimentos; trituradoras eléctricas para uso doméstico; molinillos de café que no sean accionados manualmente; mezcladores eléctricos para uso doméstico; máquinas de cocina eléctricas; batidoras eléctricas para uso doméstico; robots de cocina eléctricos; extractores de zumo eléctricos.

Clase 8: maquinillas para cortar la barba; rizadores; alicates para cutículas; tenacillas para encañonar; aparatos de mano para rizar el cabello; maquinillas de afeitar; limas de uñas [eléctricas]; pulidores de uñas [eléctricos o no]; maquinillas eléctricas o no para cortar el cabello; cortaúñas eléctricos o no; estuches de manicura; aparatos de depilación eléctricos o no; neceseres de instrumentos de manicura eléctricos; rizadores de pestañas; trenzadores eléctricos para el cabello; aparatos de depilación láser, excepto para uso médico.

Clase 11: hornos de panadería; utensilios de cocción eléctricos; cocinas [aparatos]; mecheros de gas; aparatos de torrefacción; ollas a presión eléctricas; lámparas de manicura; cafeteras eléctricas; barbacoas; freidoras eléctricas; hervidores eléctricos; hornos de pan; ollas eléctricas multifuncionales; placas de cocción eléctricas; freidoras de aire caliente; refrigeradores; cápsulas de café, vacías, para cafeteras eléctricas; aparatos y máquinas de hielo; humidificadores; secadores de pelo; ventiladores eléctricos para uso personal.

Luma
H O M E

Del cotejo se logra establecer que la marca propuesta así

como las marcas inscritas  conforme se desprende



ambas corresponden a signos mixtos, sea, compuestos por letras en grafía especial en mayúsculas y minúsculas con diseño estilizado en color negro.

Luma H O M E v/s **LumaBella**

De los signos cotejados se observa que, a nivel gramatical el elemento distintivo del signo solicitado se encuentra contenido en su totalidad en la marca registrada, a saber, la palabra **LUMA**; siendo esta estructura lingüística el elemento preponderante de la marca pretendida, por lo que, esa condición puede inducir a error o confusión al consumidor medio con relación a las marcas y su correspondiente origen empresarial.

Lo anterior, aunado a que el aditamento **“HOME”** es un término genérico y de uso común relacionado con los productos a proteger, por lo que no pueden ser apropiables y menos proporcionarle la distintividad necesaria al signo solicitado. Si bien la marca inscrita cuenta con el término **“BELLA”**, para este Tribunal la coincidencia total de la marca solicitada con la palabra inicial de las inscritas hace que las coincidencias gráficas sean mayores que las diferencias, por lo que se configura la similitud gráfica.

Dentro del nivel fonético, el cual nos refiere a la comparación auditiva entre los signos confrontados, sea: con relación al denominativo solicitado **LUMA** y las marcas inscritas **LUMA BELLA**; conforme se desprende ambas comparten la misma palabra **“LUMA”** por lo que, al ejercer su pronunciación se escuchan de manera similar y de esa misma manera sera percibido por el consumidor en el tráfico comercial; de ahí que, al contener un impacto sonoro similar, los signos pueden generar confusión y riesgo de asociación empresarial



entre los consumidores.

Respecto al contenido ideológico de las denominaciones se desprende que los signos objetados comparten en común la palabra **LUMA** que no cuenta con significado o definición alguna, lo que conlleva a clasificarlo dentro de los términos de fantasía, por lo que, recae en innecesario entrar a realizar un cotejo en este sentido, al carecer los signos de una idea o concepto específico.

En virtud del análisis realizado, se desprende que el signo que se pretende registrar mantiene un alto grado de similitud con relación a las marcas que se encuentran inscritas, por lo tanto, no cuenta con la capacidad distintiva necesaria para obtener la protección registral, dado que a nivel gráfico y fonético el consumidor fácilmente las puede relacionar deduciendo que pertenecen al mismo origen empresarial, no siendo posible bajo esa circunstancia su inscripción. Por lo tanto, se rechazan los agravios referidos a la posibilidad de coexistencia entre los signos, por las razones expuestas.

Ahora bien, en cuanto al cotejo de productos tenemos que conforme la aplicación del principio de especialidad se permite la protección de signos semejantes siempre y cuando el ámbito de protección sea diferente. En este sentido, se desprende que el Registro de la Propiedad Intelectual, en un segundo análisis realizado con la interposición del recurso de revocatoria reconsideró el ámbito de protección, y en ese acto admitió parcialmente la solicitud del signo

Luma

propuesto **H O M E** en **clase 20** para proteger: cojines decorativos; y en la **clase 27** para la protección de: alfombras para casa, cocina y



baño. Partiendo de lo analizado este órgano de alzada, comparte el criterio dado por el a quo, en virtud de corroborar que efectivamente la naturaleza mercantil de lo solicitado con relación a lo inscrito no guarda relación, lo que permite su coexistencia registral junto con la marca inscrita.

Sin embargo, con relación al análisis de la **clase 11** para: lámparas de mesa y colgantes, en la **clase 20**: únicamente para portarretratos, espejos decorativos; y en la **clase 21** para: artículos cristalería, porcelana y loza; se mantuvo la denegatoria al determinar que los productos solicitados se encuentran relacionas con la actividad comercial de la compañía titular de las marcas inscritas. En este sentido, este Tribunal concuerda con lo determinado por el Registro de origen, y difiere de lo señalado por la recurrente en sus agravios; ello, con ocasión que las marcas inscritas conforme se desprende amparan un extenso ámbito de protección de productos destinados para el hogar en general, entre ellos: productos de línea blanca (electrodomésticos), utensilios de cocina, vajillas, artículos de cerámica para uso doméstico, lámparas, aparatos de iluminación, marcos para fotos, botellas, utensilios de uso domésticos, artículos de cerámica para uso doméstico; por lo que, para esta instancia resulta evidente la relación entre los productos, es más, varios de estos son los mismos, obsérvese el caso de las lámparas, artículos de loza y portarretratos, solo por citar los más claros.

Así las cosas, no podríamos obviar de manera alguna que los productos que pretende proteger la marca solicitada están dirigidos y relacionados con la misma actividad comercial y consumidores finales de los productos inscritos, debido a que los productos pese a que



puedan estar ubicados en espacios diferentes dentro de un establecimiento comercial, esa condición no elimina la posibilidad de que el consumidor los relacione; como tampoco el adquirir los productos en línea elimina el riesgo de confusión y asociación empresarial, como lo pretende la recurrente, ya que actualmente es común el uso de los medios digitales para adquirir productos de esa misma naturaleza comercial, por lo que, el consumidor al ver o adquirir un producto bajo una denominación tan semejante los puede relacionar de manera directa como provenientes de un mismo origen empresarial, e incluso pensar que refiere a una nueva línea de productos cuando en la realidad no lo es; y es precisamente ante esa posibilidad que no es posible concederle protección registral, conforme lo dispone el artículo 24 inciso e) del Reglamento a la Ley de marcas.

Luma

Por lo expuesto, el signo propuesto **H O M E** no cuenta con la carga distintividad necesaria para concederle protección registral, ante la inminente posibilidad de que se genere riesgo de confusión y asociación empresarial; y en este sentido resulta procedente su denegatoria en los términos que resolvió el Registro, conforme el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas.

En cuanto a los argumentos traídos a colación por la apelante, este Tribunal de alzada, previo a emitir criterio estima importante aclarar que, tanto la Ley de marcas, y su Reglamento establecen de manera clara y precisa cada uno de los procedimientos establecidos en materia de Propiedad Intelectual, y la normativa que le es aplicable para cada caso particular; de ahí que, no es posible pretender que



dentro del procedimiento de inscripción sean conocidos y valorados aspectos ajenos al marco de calificación registral de una solicitud de registro donde el operador jurídico debe evaluar los requisitos establecidos tanto dentro del contenido de forma, así como del contenido de fondo; con ello que el signo pretendido no incurra en las causales de inadmisibilidad por motivos intrínsecos (art 7) o razones extrínsecas (art 8) de la Ley de marcas, en concordancia con lo dispuesto en el artículo 24 de su Reglamento; limitando su actuar a este marco jurídico. En este sentido, no son atendibles los argumentos expuestos sobre aspectos que no guardan relación con este procedimiento de inscripción, sea, respecto de las pruebas de no uso de determinados productos protegidos por la titular de las marcas inscritas, lo cual refiere a un procedimiento diferente al caso sometido a conocimiento; en consecuencia, se rechazan sus argumentos en este sentido.

Referente al material probatorio, a saber, las fotografías en establecimientos comerciales y páginas web, se le indica a la recurrente, tal y como se desarrolló a lo largo de esta resolución, que el hecho que los productos se vendan vía digital y otros en espacios físicos, no impide el riesgo de confusión en el consumidor, ya que es muy común actualmente que los agentes económicos que participan en el mercado ofrezcan sus productos en ambas vías.

En cuanto a la jurisprudencia de este órgano de alzada señalada por la recurrente, es importante destacar por parte de este Tribunal, que los pronunciamientos emanados por esta Instancia administrativa efectivamente contemplan aportes importantes en cuanto a la materia de Propiedad Intelectual, sometida a conocimiento en sede registral, y conforme a la normativa que se debe aplicar a cada caso en



particular. Sin embargo, su contenido no elimina el proceso de calificación registral ejercido por el operador jurídico conforme al marco de calificación y en apego al principio de independencia marcaria, por lo que, dichos aportes si bien podrían considerarse guías para el usuario, no podrían ser determinantes para la procedencia o no de un signo marcario en sede registral, máxime que cada caso presenta sus particularidades; razón por la cual sus argumentaciones en este sentido no son de recibo.

Finalmente, este Tribunal de alzada estima importante señalar que del análisis del expediente sometido a estudio, se evidencia que lo resuelto y analizado por el Registro de la Propiedad Intelectual, tanto en la resolución final, como en el recurso de revocatoria, ambos pronunciamientos se encuentran debidamente motivados y jurídicamente fundamentados, abordando cada uno de los aspectos sometidos a conocimiento, tanto sobre los aspectos de calificación de la solicitud, como de los argumentos presentados; por lo que, no encuentra este Tribunal motivo alguno para considerar que se haya vulnerado los derechos de la recurrente, ni errores en la fundamentación y motivación de los actos, por la cual sus consideraciones en ese sentido no son atendibles y procede esta instancia a confirmar lo resuelto en la resolución venida en alzada.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Partiendo de lo antes expuesto, este Tribunal declara **sin lugar** el recurso de apelación planteado por la abogada Kattia Virginia Barrientos Ureña, en su condición de apoderada especial de la compañía CEMACO INTERNACIONAL S.A., en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, venida en alzada.



POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas, este Tribunal, declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada **Kattia Virginia Barrientos Ureña**, apoderada especial de la compañía **CEMACO INTERNACIONAL S.A.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 13:35:15 horas del 3 de diciembre de 2025, la que **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 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

Celso Fonseca Mc Sam

Norma Ureña Boza



omaf/KQB/ORS/CMCH/CDFM/NUB.

DESCRIPTORES.

Marca registrada o usada por tercero

TG: Marcas inadmisibles por derechos de terceros

TNR: 00.41.36