



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0523-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA DE FÁBRICA Y

kidsport

COMERCIO:

ADOC DE COSTA RICA, S.R.L., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-5424

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

VOTO 0273-2026

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

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por la abogada Cynthia Wo Ching Vargas, cédula de identidad 1-1068-0678, vecina de San José, Escazú, en su condición de apoderada especial de la empresa **ADOC DE COSTA RICA, S.R.L.**, cédula de persona jurídica 3-102-009240, con domicilio en San José, La Uruca, frente a las instalaciones de canal seis, oficina centrales de ADOC, Costa Rica, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 09:55:10 horas del 8 de setiembre de 2025.

Redacta la juez Norma Ureña Boza.



CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. Mediante escrito presentado ante el Registro de la Propiedad Intelectual, el 28 de mayo de 2025, la abogada Cynthia Wo Ching Vargas, cédula de identidad 1-1068-0678, vecina de San José, Escazú, en su condición de apoderada especial de la empresa ADOC DE COSTA RICA, S.R.L.,

solicitó la inscripción del signo **kidsport**, como marca de fábrica y comercio para proteger y distinguir, en clase 25 internacional: calzado, prendas de vestir y artículos de sombrerería.

Ante lo anterior, el Registro de la Propiedad Intelectual, mediante resolución final dictada a las 09:55:10 horas del 8 de setiembre de

2025, denegó la inscripción de la marca **kidsport** presentada, para proteger y distinguir, en clase 25 internacional: calzado, prendas de vestir y artículos de sombrerería, porque los términos que componen el signo son usuales en el mercado de productos deportivos para niños, son palabras inapropiables y no se puede otorgar exclusividad sobre dichos términos. La marca tal y como está siendo solicitada carece de aptitud distintiva; y conforme los productos a proteger el signo se considera engañoso ya que estos no se limitan al ámbito deportivo ni de niños, por lo que se da una inconsistencia marca-productos, dado que brinda una idea al consumidor que no corresponde con la idea que trasmite, de conformidad con los incisos g) y j) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas).

Inconforme con lo resuelto, la abogada Cynthia Wo Ching Vargas, en representación de la empresa ADOC DE COSTA RICA, S.R.L., apeló y



otorgada la audiencia de reglamento, expuso como agravios los siguientes:

1. El Registro señala que el signo KIDSPORT es inadmisibile por constituir un término de uso común y que no posee carga distintiva para proceder con su inscripción, basado en que las palabras o vocablos que lo constituyen son términos que se llegan a entender y poder identificar.
2. El término KIDSPORT no es genérico ni de uso común en el comercio nacional. No existe evidencia de que el término KIDSPORT sea utilizado por múltiples operadores económicos para referirse al tipo, naturaleza o categoría de productos que se desea proteger.
3. La marca debe ser analizada en conjunto y no sus partes por separado, el público consumidor a la hora de leer la marca no lo hará por sílabas sino como un todo. El signo KIDSPORT, no cuenta con traducción al español ni significado debido a que es una palabra de fantasía, por lo que es un término novedoso, que permite al consumidor identificar el producto y diferenciarlo de los demás.
4. La marca solicitada es un término distintivo y no describe directamente el producto o servicio que identifica, sino que sugiere o evoca de manera indirecta una característica, lo que la hace distintiva en el mercado, cumple con la función esencial de toda marca: distinguir los productos de una empresa de los de sus competidores, por tanto, susceptible de protección legal conforme a la legislación marcaría.

El Tribunal Andino de Justicia en el proceso 28-IP-96, indica que, “La distintividad es el requisito esencial que reviste el signo para ser



registrable como marca pues sólo a base de ella se podrá diferenciar un producto originario de un empresario, del producto o servicio de otro empresario 'estableciendo la procedencia o el origen empresarial, así como fijando una determinada competencia a base de la calidad de los productos ofrecidos (...)”

5. El signo **KIDSPORT** no es genérico, descriptivo ni carente de distintividad ni tampoco infringe el inciso j).

6. La marca solicitada pertenece a ADOC la cual es una empresa multinacional reconocida por la comercialización directa y exclusiva de sus productos a través de tiendas propias o puntos de venta autorizados, lo cual reduce significativamente cualquier posibilidad de confusión en el canal de comercialización. No hay posibilidad de que se confunda el origen comercial de los productos.

7. Limita la lista de productos para que en adelante se lea de la siguiente forma: “calzado, prendas de vestir y artículos de sombrerería para niños y niñas, aportó pago de \$25.

Solicita se admita los argumentos, y se proceda con la emisión de edicto, de la marca “KIDSPORT” (diseño), en clase 25, número de expediente 2025- 5424 propiedad de su representada.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS. Este Tribunal no enlista hechos probados y no probados por ser un caso de puro derecho.

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. LA NO REGISTRACIÓN DEL SIGNO POR RAZONES INTRÍNSECAS. En el presente asunto, el Registro de la Propiedad Intelectual de conformidad con el artículo 7 incisos g) y j) de la Ley de marcas dictó resolución denegatoria de la

solicitud de inscripción de la marca de fábrica y comercio **kidsport**, para proteger y distinguir, en clase 25 internacional, calzado, prendas de vestir y artículos de sombrerería, porque los términos que componen el signo son usuales en el mercado de productos deportivos para niños, son palabras inapropiables y no se puede otorgar exclusividad sobre dichos términos. La marca tal y como está siendo solicitada carece de aptitud distintiva; y conforme los productos a proteger el signo se considera engañoso ya que estos no se limitan al ámbito deportivo ni de niños, por lo que se da una inconsistencia marca-productos, dado que brinda una idea al consumidor que no corresponde con la idea que trasmite.

Tomando en consideración lo indicado, estima este Tribunal que el signo pedido **kidsport**, carece de la distintividad necesaria para ser registrable dado que aun siendo una sola palabra, a la vista resulta muy fácil para el consumidor determinar que es la unión de dos palabras del idioma inglés: KID y SPORT que se traducen al español como niño y deportes, o sea, conceptos que aunque se encuentren unidos en una sola palabra y en inglés, son fácilmente reconocidos por el consumidor pues en Costa Rica existe un conocimiento básico de ese idioma, que le permite al consumidor medio traducir la marca solicitada.



Como puede observarse, no existe un elemento demás dentro del conjunto marcario que dote al signo de la distintividad requerida para el tráfico mercantil, ya que su estructura denominativa está compuesta de la unión de dos palabras de uso común necesarias para los competidores del mercado y el conjunto marcario como tal no llega a adquirir aptitud distintiva, lo que hace incurrir en una prohibición intrínseca al signo, de conformidad con el artículo 7 inciso g) de la Ley de marcas, que dispone:

Artículo 7°– Marcas inadmisibles por razones intrínsecas.

No podrá ser registrado como marca un signo que consista en alguno de los siguientes:

[...]

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

[...]

El signo no cumple con la distintividad requerida para su inscripción la cual desarrolla la doctrina como:

La distintividad puede analizarse desde dos planos diversos: como requisito intrínseco o extrínseco. Como requisito intrínseco, implica que el signo en sí mismo considerado, ha de poseer aptitud para singularizar los productos y servicios frente a otros. Así, no poseerá distintividad cuando presente una estructura muy simple, o, al contrario, muy compleja, ya que mal puede individualizar aquello que no resulte recordable para el público consumidor por su simpleza o complejidad.

Tampoco existirá distintividad intrínseca cuando el signo se confunda con la propia designación del producto o sus



cualidades, es decir, cuando sea genérico, descriptivo o de uso común. (Chijane, D., 2007, *Derecho de Marcas*. B de F Ltda, Montevideo, pp. 29 y 30).

Según lo anterior, la estructura que presenta el signo marcario no le permite singularizar los productos que distingue frente a otros, al estar compuesto de términos de uso común o necesarios en el comercio, por ende, carentes de distintividad, de modo que no es posible acceder a la protección registral.

Ahora bien, el Registro en la resolución impugnada no solamente dijo que el signo propuesto carecía de aptitud distintiva, sino también lo calificó de engañoso para los productos solicitados en la clase 25 internacional, a saber, calzado, prendas de vestir y artículos de sombrerería; lo anterior porque consideró que los productos a proteger no se limitan al ámbito deportivo ni de niños. Al respecto, es importante señalar que la apelante, en su escrito de agravios presentado ante esta instancia con ocasión de la audiencia de reglamento, limitó la lista de productos de la solicitud inicial de conformidad con el artículo 11 de la Ley de marcas. La cobertura en la clase 25 internacional, que originalmente contemplaba calzado, prendas de vestir y artículos de sombrerería, se limitó para que se lea como: “calzado, prendas de vestir y artículos de sombrerería para niños y niñas”, habiéndose aportado el comprobante de pago de la tasa \$25, visible a folios 29 a 30 del legajo de apelación. Si bien dicha limitación elimina el engaño (artículo 7, inciso j, de la Ley de marcas) al ajustar los productos al público infantil, subsiste la falta de distintividad del signo.



Así las cosas, y una vez superado el engaño, esta instancia considera que la limitación efectuada resulta insuficiente. Como se indicó anteriormente, los elementos que conforman el conjunto marcario propuesto corresponden a términos de uso común o habituales en la jerga comercial del sector, utilizados frecuentemente por competidores que se dedican a comercializar los mismos productos que se pretenden distinguir con la marca solicitada. Por ende, el signo que se intenta su registro carece de la capacidad distintiva requerida para individualizar los productos a proteger en clase 25 internacional, frente a otros de su misma especie o clase, por lo que es de aplicación el inciso g) de la Ley de marcas, de modo que, debe confirmarse la resolución venida en alzada.

Respecto al agravio que plantea la representación de la empresa apelante, sobre que el Registro señala que el signo KIDSPORT es inadmisibles por constituir un término de uso común y que no posee carga distintiva para proceder con su inscripción, basado en que las palabras o vocablos que lo constituyen son términos que se llegan a entender y poder identificar; sobre este agravio, cabe señalar a la apelante que el Registro lleva razón en manifestar que el signo

kidsport

, es inadmisibles porque efectivamente de la visión de conjunto el signo objeto de registro, se compone de la unión de dos palabras de uso común necesarias para los competidores del mercado y el conjunto marcario como tal no llega a adquirir aptitud distintiva, por lo que cae en la causal de inadmisibilidad por razones intrínsecas del inciso g) del artículo 7 de la Ley de marcas.

Sobre el agravio que esgrime la representación de la empresa apelante, sobre que la marca debe ser analizada en conjunto y no sus



partes por separado, el público consumidor a la hora de leer la marca no lo hará por sílabas sino como un todo. El signo KIDSPORT, no cuenta con traducción al español ni significado debido a que es una palabra de fantasía, por lo que es un término novedoso, que permite al consumidor identificar el producto y diferenciarlo de los demás; no asiste la razón a la impugnante, porque precisamente del análisis

global del signo solicitado **kidsport**, se determina que está conformado por dos palabras del idioma inglés: KID y SPORT, que se traducen al español como niño y deportes, o sea, conceptos que aunque se encuentren unidos en una sola palabra y en inglés, son fácilmente reconocidos por el consumidor pues en Costa Rica existe un conocimiento básico de ese idioma, que le permite al consumidor medio traducir la marca solicitada, por lo que el signo para los productos a proteger no resulta novedoso ni de fantasía como lo pretende la recurrente.

Acerca del agravio que expone la representación de la empresa impugnante, respecto a que la marca solicitada es un término distintivo y no describe directamente el producto o servicio que identifica, sino que sugiere o evoca de manera indirecta una característica, lo que la hace distintiva en el mercado; no lleva razón la recurrente en su agravio, al resaltar que la marca solicitada es evocativa, pues el signo solicitado como se dijo líneas arriba está conformado por dos palabras en inglés en las que el consumidor no tiene que realizar un proceso deductivo complejo, para descifrar el concepto que está detrás del signo. La denominación propuesta no presenta esa característica evocativa, porque muestra directa y transparente su significado, que es de fácil y directa comprensión para el consumidor.



Sobre el tema de la marca evocativa el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 61-IP-2020, del 7 de diciembre de 2021, (p.10) indica:

Un signo posee capacidad evocativa si tiene la aptitud de sugerir indirectamente en el consumidor cierta relación con el producto o servicio que ampara, sin que ello se produzca de manera obvia; es decir, las marcas evocativas no se refieren de manera directa a una especial característica o cualidad del producto o servicio, pues es necesario que el consumidor haga uso de la imaginación para llegar a relacionarlo con aquel a través de un proceso deductivo.

En lo referente al agravio que exterioriza la representación de la empresa recurrente, en cuanto a que la marca solicitada no infringe el inciso j) del artículo 7 de la Ley de marcas; sobre este agravio es necesario señalar que, con la limitación a la lista de productos de la solicitud inicial, se eliminó el engaño, tal y como se dijo líneas arriba.

Con relación al agravio que formula la representación de la empresa apelante, respecto a que la marca solicitada pertenece a ADOC la cual es una empresa multinacional reconocida por la comercialización directa y exclusiva de sus productos a través de tiendas propias o puntos de venta autorizados, lo cual reduce significativamente cualquier posibilidad de confusión en el canal de comercialización. No hay posibilidad de que se confunda el origen comercial de los productos; sobre este agravio, es importante aclarar a la recurrente, que en un proceso de solicitud de marca como el que nos ocupa, el Registro analiza si el signo cumple estrictamente con lo que exige la Ley de marcas para que el signo pueda ser objeto de registro, dejando



por fuera cualquier argumento relacionado con el reconocimiento o éxito de la empresa, si bien la empresa solicitante es una multinacional reconocida, ello, no constituye un requisito sine qua non para inscribir el signo.

QUINTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos, cita legal, doctrina y jurisprudencia expuestos, considera este Tribunal que el signo propuesto no es susceptible de inscripción de conformidad con el artículo 7 inciso g), de la Ley de marcas, por lo que, lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación planteado por la abogada Cynthia Wo Ching Vargas, en su condición de apoderada especial de la empresa ADOC DE COSTA RICA, S.R.L., en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 09:55:10 horas del 8 de setiembre de 2025, la que en este acto se confirma.

POR TANTO

Por las consideraciones, cita legal, doctrina y jurisprudencia expuestos, se declara **sin lugar** el recurso de apelación planteado por la abogada Cynthia Wo Ching Vargas, en su condición de apoderada especial de la empresa **ADOC DE COSTA RICA, S.R.L.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 09:55:10 horas del 8 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

TE: MARCAS INTRÍNSECAMENTE INADMISIBLES

TNR: 00.41:53



MARCA CON DESIGNACIÓN COMÚN

TG: MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLES

TNR: 00.60.59

Marca Descriptiva

TG. Marcas Intrínsecamente Inadmisibles

TNR. 00.60.74

MARCA CON FALTA DE DISTINTIVIDAD

TG: MARCAS INTRÍNSICAMENTE INADMISIBLE

TNR: 00.60.69