



RESOLUCIÓN DEFINITIVA
EXPEDIENTE 2025-0534-TRA-PI
SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA
MARCA DE COMERCIO FIGURATIVA
BROOKS SPORTS, INC., apelante
REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
EXPEDIENTE DE ORIGEN 2024-11891
MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS



VOTO 0275-2026

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

Conoce este Tribunal el recurso de apelación planteado por el abogado Harry Zurcher Blen, cédula de identidad 1-0415-1184, vecino de San José, Escazú, en su condición de apoderado especial de la empresa **BROOKS SPORTS, INC.**, con domicilio en 4300 Roosevelt Way Ne, Seattle, Washington 98105, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:12:10 horas del 23 de setiembre de 2025.

Redacta el juez Óscar Rodríguez Sánchez.

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 15 de noviembre de



2024, 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 **INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A. (INDITEX, S.A.)**, con domicilio en Avenida de la Diputación, Edificio Inditex, Artexio (A Coruña), España, solicitó la inscripción de



la marca de comercio figurativa , para proteger y distinguir en clase 25 internacional, prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; ropa para automovilistas y ciclistas; baberos que no sean de papel; bandas para la cabeza(vestimenta); albornoces; trajes de baño (bañadores); gorros y sandalias de baño; boas (para llevar alrededor del cuello); bufandas; calzados de deporte y de playa; capuchas (para vestir); chales; cinturones (vestimenta); cinturones-monedero (ropa); trajes de esquí acuático; corbatas; corsés (fajas); estolas (pieles); fulares; gorros; gorras; guantes (vestimenta); impermeables; fajas (ropa interior); lencería; mantillas; medias; calcetines; pañuelos para el cuello; pieles (para vestir); pijamas; suelas (calzado); tacones; velos (para vestir); tirantes; ajuares de bebé (prendas de vestir); esclavinas (para vestir); camisetas de deporte; mitones; orejeras (vestimenta); plantillas; puños (prendas de vestir); sobaqueras; ropa de playa; batas [saltos de cama]; bolsillos de prendas de vestir; ligas para calcetines; ligueros; enaguas; pantis (medias completas o leotardos); delantales (para vestir); trajes de disfraces; uniformes; viseras (sombrerería); zuecos; cofías; abrigos; alpargatas; antideslizantes para el calzado; zapatillas de baño; birretes (bonetes); blusas; body (ropa interior); boinas; bolsas para calentar los pies que no sean eléctricas; calzado estilo borceguíes; botas; cañas de botas; tacos de botas de fútbol; botines; herrajes para



calzado; punteras para calzado; contrafuertes para calzado; camisas; canesúes de camisas; pecheras de camisas; camisetas; camisetas de manga corta; camisolos; chalecos; chaquetas; chaquetas de pescador; chaquetones; combinaciones (ropa interior); ropa de confección, cuellos postizos y cuellos, ropa de cuero, ropa de cuero de imitación, gorros de ducha; escaarpines; faldas; pantalones; forros confeccionados (partes de vestidos); gabanes (abrigo) (para vestir); gabardinas (para vestir); zapatillas de gimnasia; jerséis (para vestir); pulóveres; suéteres; libreas; manguitos (para vestir); pañuelos de bolsillo (ropa); parkas; pelerinas; pellizas; polainas; calzas; prendas de punto; ropa de gimnasia; ropa interior; sandalias; saris; slips; sombreros; tocas (para vestir); togas; trabillas; trajes; turbantes; vestidos (trajes); zapatillas (pantuflas); zapatos; calzado de deporte.

Una vez publicados los edictos de ley, el abogado Harry Zurcher Blen, en su condición de apoderado especial de la empresa **BROOKS SPORTS, INC.**, se opuso a la marca solicitada, al considerar que existe similitud gráfica, fonética e ideológica, entre las marcas

inscritas  ,  , y la marca solicitada



, además, por la relación entre sus productos y servicios genera una alta probabilidad de confusión en el consumidor. Esto no solo afecta la claridad en la elección de productos, sino que también plantea un conflicto comercial significativo que podría derivar en disputas legales para evitar competencia desleal.

Luego del análisis correspondiente, mediante resolución final dictada



a las 15:12:10 horas del 23 de setiembre de 2025, el Registro de la Propiedad Intelectual declaró sin lugar la oposición planteada y



acogió la marca de comercio figurativa , en clase 25 internacional, fundamentando que no incurre en las prohibiciones establecidas en el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas), porque considera que existen suficientes elementos distintivos que permiten la inscripción del signo solicitado, y no existe la posibilidad de causar confusión con los consumidores.

Inconforme con lo resuelto, el abogado Harry Zurcher Blen, en representación de la empresa **BROOKS SPORTS, INC.**, apeló y otorgada la audiencia de reglamento expuso como agravios lo siguiente:

1. El Registro incurrió en un error de procedimiento al descomponer el signo solicitado en elementos aislados. Esta evaluación parcial omite el principio de apreciación global que rige el cotejo marcario.

Asimismo, la autoridad registral incurrió en un vicio in iudicando, porque ignoró lo que ha señalado este Tribunal de manera constante, que en el cotejo marcario debe prevalecer las similitudes sobre las diferencias.

2. La resolución omitió el análisis obligatorio de la fuerza distintiva y la familia de marcas **BROOKS**, la consolidación de un diseño propio y el riesgo de asociación empresarial, se vulneran los criterios esenciales de registro frente a derechos de terceros. Esta omisión invalida la resolución apelada.



3. La marca solicitada reproduce el patrón estructural esencial que caracteriza a la familia BROOKS. El permitir la introducción del nuevo signo causaría un desgaste en la singularidad de la marca original, la cual es ampliamente reconocida. La identidad visual de BROOKS ya es un indicador inmediato en el sector deportivo debido a su uso prolongado, lo que eleva el nivel de protección que reclaman.

4. La marca solicitada incorpora un patrón visual y una estructura gráfica que coincide en su totalidad con la familia de marcas **BROOKS**. Esta semejanza no solo es evidente desde un análisis gráfico, sino que además posee relevancia conceptual, pues ambos signos transmiten la misma idea visual asociada al dinamismo deportivo. Bajo los parámetros internacionales aplicables, especialmente los previstos en el ADPIC respecto a la protección ampliada de signos con elevada distintividad (OMC, 1994), tal reproducción resulta idónea para inducir al consumidor a inferir una relación comercial inexistente entre la casa matriz y el solicitante.

5. Brooks Sports Inc., es una empresa estadounidense con más de un siglo de trayectoria, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de calzado y vestimenta deportiva de alto rendimiento. Desde su fundación en 1914, la marca ha alcanzado un posicionamiento destacado a nivel global, particularmente en el ámbito del **running**, gracias a su enfoque en la innovación tecnológica.

Asimismo, Brooks ha desarrollado una estrategia empresarial sostenida en principios de responsabilidad social, sostenibilidad e inclusión, lo que ha contribuido a consolidar su reputación, presencia global y reconocimiento como uno de los referentes más importantes del mercado deportivo contemporáneo.



6. Desde la perspectiva gráfica las marcas registradas



y , y la marca solicitada



,
comparten una estructura visual tan semejante que el consumidor promedio difícilmente podría distinguirlos a primera vista. La forma en “V”, la inclinación del trazo, la dirección hacia la derecha y la sensación de movimiento que proyectan son prácticamente coincidentes, generando una impresión visual que remite inmediatamente al estilo característico de las marcas de su representada. Estas similitudes dominantes no se diluyen por detalles menores, pues lo que prevalece es la imagen global, la cual resulta claramente asociable al signo de BROOKS.

7. La similitud en las marcas radica en su enfoque común hacia el rendimiento, confort y estilo, y esta coincidencia en el núcleo central induce a que el consumidor las confunda o establezca una asociación directa entre ellas.

8. La marca solicitada al incursionar en el mercado deportivo, ha replicado el enfoque funcional de las marcas de la oponente; y ha copiado el posicionamiento de las marcas inscritas, utilizando los mismos principios ideológicos junto con elementos visuales similares, y se beneficia del prestigio de las marcas registradas.

9. Los productos que protegen las marcas se cruzan en cuanto a su categoría y público meta generándose de esta forma la posibilidad de confusión entre los consumidores al enforzarse las marcas en el bienestar y la actividad física, lo que crea un solapamiento



significativo, tanto en la naturaleza de los productos como en el ámbito de uso.

Solicita se declare con lugar el recurso de apelación y como consecuencia se ordene al Registro declarar con lugar la oposición interpuesta, se acojan los argumentos y se deniegue el registro de la



marca solicitada .

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. Este Tribunal encuentra como hechos probados:

I. En el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentran inscritos a nombre de la empresa BROOKS SPORTS, INC., los siguientes signos:

1. Marca de fábrica y comercio  , registro 235274, en clase 25 internacional, para proteger, vestuario atlético y deportivo, calzado atlético y deportivo, sombrerería atlética y deportiva. Inscrita el 9 de mayo de 2014, vigente hasta el 9 de mayo de 2034. (folios 32 a 33 del expediente principal).

2. Marca de fábrica y comercio  , registro 250089, en clase 25 internacional, para proteger y distinguir, calzado, ropa y sombrerería. Inscrita el 1 de febrero de 2016 y vigente hasta el 1 de febrero de 2026. (folios 34 a 35 del expediente principal).



TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no enlista hechos con este carácter de relevancia para 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. La Ley de marcas, en su artículo 2, define a la marca como:

Cualquier signo o combinación de signos que permita distinguir los bienes o servicios de una persona de los de otra, por considerarse éstos suficientemente distintivos o susceptibles de identificar los bienes o servicios a los que se apliquen frente a los de su misma especie o clase.

De ahí que, la marca es el signo capaz de identificar y distinguir un producto o servicio de otros en el mercado. La aptitud distintiva y lo que provoque en el consumidor es la esencia de la marca; la distintividad constituye el fundamento de su protección, porque no solo le otorga al producto o servicio de que se trate una identidad propia que la hace diferente a otras, sino que contribuye a que el consumidor pueda distinguirla eficazmente de otras pertenecientes a los competidores en el mercado, con lo que se evita alguna confusión al respecto.

Para determinar si un signo contiene esta aptitud distintiva, el registrador ha de realizar un examen de los requisitos sustantivos,



intrínsecos y extrínsecos, y determinar que no se encuentre comprendido en las causales de rechazo contenidas en los artículos 7 y 8 de la Ley de marcas, referidas a la capacidad misma del signo para identificar el producto o servicio, y que no vaya a producir un riesgo de confusión a los consumidores respecto de su origen empresarial.

En este sentido, el artículo 8 de la Ley de marcas, determina en forma clara que ningún signo podrá ser registrado como marca, cuando ello afecte algún derecho de terceros, por encontrarse en alguno de los supuestos contenidos, entre:

[...]

a) Si el signo es idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen, registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios u otros relacionados con estos, que puedan causar confusión al público consumidor.

b) Si el uso del signo es susceptible de causar confusión, por ser idéntico o similar a una marca, una indicación geográfica o una denominación de origen registrada o en trámite de registro por parte de un tercero desde una fecha anterior, y distingue los mismos productos o servicios o productos o servicios diferentes, pero susceptibles de ser asociados con los distinguidos por la marca, la indicación geográfica o la denominación de origen anterior.

[...]

De acuerdo con la norma transcrita no es registrable como marca un signo idéntico o similar a uno previamente registrado o en trámite de



registro por parte de un tercero, por cuanto no tendría carácter distintivo y generaría riesgo de confusión o de asociación empresarial.

Sobre este tema el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 19-IP-2022, p. 5, hace el siguiente análisis:

a) El **riesgo de confusión** puede ser directo o indirecto:

El riesgo de confusión directo está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor, al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro distinto;

El riesgo de confusión indirecto se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

b) El **riesgo de asociación** consiste en la posibilidad de que el consumidor, a pesar de diferenciar los signos en conflicto y el origen empresarial del producto o servicio, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto o el prestador del servicio respectivo, tiene una relación o vinculación económica con otro agente del mercado.

Así, para que prospere el registro de un signo distintivo, este debe tener la aptitud necesaria para no provocar un conflicto marcario, que se presenta cuando entre dos o más signos, existen similitudes gráficas, fonéticas o conceptuales, que hagan surgir el riesgo de confusión entre ellos, sea de carácter visual, auditivo o ideológico; para lo que se debe realizar el cotejo marcario y colocarse en el lugar del consumidor, teniendo en mente quiénes serían los consumidores del bien o servicio respaldado con tales signos. Luego, debe atenderse



a la impresión de conjunto que despierten las denominaciones, sin desmembrarlos, analizarlos sucesivamente y nunca en forma simultánea (pues lo que importa es el recuerdo que el consumidor tendrá de ellos en el futuro). De esto se deduce, que el cotejo marcario es el método que debe seguirse para saber si dos signos son confundibles por las eventuales similitudes que hubiera entre ellos.

Ahora bien, para realizar el cotejo marcario entre el signo solicitado y el registrado, no solo es de aplicación el artículo 8 incisos a) y b) de la ley de cita, sino también el artículo 24 del Reglamento a la Ley de marcas (decreto ejecutivo 30233-J) establece reglas que se deben seguir:

[...]

- a) Los signos en conflicto deben examinarse en base de la impresión gráfica, fonética y/o ideológica que producen en su conjunto, como si el examinador o el juzgador estuviese en la situación del consumidor normal del producto o servicio de que se trate.

[...]

En atención a lo expuesto, se procede en este acto al cotejo de la marca propuesta con la inscrita, a partir del contexto gráfico, fonético e ideológico, así como desde los productos que estas protegen.

Las marcas por cotejar son:



Marca solicitada



Clase 25 internacional: prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería; ropa para automovilistas y ciclistas; baberos que no sean de papel; bandas para la cabeza(vestimenta); albornoces; trajes de baño (bañadores); gorros y sandalias de baño; boas (para llevar alrededor del cuello); bufandas; calzados de deporte y de playa; capuchas (para vestir); chales; cinturones (vestimenta); cinturones-monedero (ropa); trajes de esquí acuático; corbatas; corsés (fajas); estolas (pieles); fulares; gorros; gorras; guantes (vestimenta); impermeables; fajas (ropa interior); lencería; mantillas; medias; calcetines; pañuelos para el cuello; pieles (para vestir); pijamas; suelas (calzado);

Marca registrada



Clase 25 internacional: vestuario atlético y deportivo, calzado atlético y deportivo, sombrerería atlética y deportiva.



Clase 25 internacional: calzado, ropa y sombrerería.



tacones; velos (para vestir); tirantes; ajuares de bebé (prendas de vestir); esclavinas (para vestir); camisetas de deporte; mitones; orejeras (vestimenta); plantillas; puños (prendas de vestir); sobaqueras; ropa de playa; batas [saltos de cama]; bolsillos de prendas de vestir; ligas para calcetines; ligueros; enaguas; pantis (medias completas o leotardos); delantales (para vestir); trajes de disfraces; uniformes; viseras (sombrerería); zuecos; cofias; abrigos; alpargatas; antideslizantes para el calzado; zapatillas de baño; birretes (bonetes); blusas; body (ropa interior); boinas; bolsas para calentar los pies que no sean eléctricas; calzado estilo borceguíes; botas; cañas de botas; tacos de botas de fútbol; botines; herrajes para calzado; punteras para calzado; contrafuertes para calzado; camisas; canesúes de camisas; pecheras de camisas; camisetas;



camisetas de manga corta;
camisolas; chalecos; chaquetas;
chaquetas de pescador;
chaquetones; combinaciones
(ropa interior); ropa de
confección, cuellos postizos y
cuellos, ropa de cuero, ropa de
cuero de imitación, gorros ducha;
escaarpines; faldas; pantalones;
forros confeccionados (partes de
vestidos); gabanes (abrigos)
(para vestir); gabardinas (para
vestir); zapatillas de gimnasia;
jerséis (para vestir); pulóveres;
suéteres; libreas; manguitos
(para vestir); pañuelos de bolsillo
(ropa); parkas; pelerinas;
pellizas; polainas; calzas;
prendas de punto; ropa de
gimnasia; ropa interior;
sandalias; saris; slips;
sombreros; tocas (para vestir);
togas; trabillas; trajes; turbantes;
vestidos (trajes); zapatillas
(pantufas); zapatos; calzado de
deporte.



Del análisis unitario de los signos, a nivel gráfico o visual se denota que los distintivos marcarios son figurativos y mixtos, el solicitado



, se conforma de un elemento figurativo, correspondiente a una figura abstracta semejante a un tipo dinámico de bumerán de color negro la figura más pequeña y de color blanco la figura más grande, que evoca rapidez, retorno. Por su parte, las

marcas inscritas mixtas  y , se componen de un elemento figurativo abstracto que tiene la forma de la letra “V” inclinada, la cual se intercala con la parte denominativa **BROOKS**, y la consonante **B**. Como puede apreciarse las marcas inscritas tienen como elemento central la palabra **BROOKS** y la consonante **B**, sumando la diferenciación evidente en los elementos figurativos abstractos con el elemento figurativo del signo propuesto. Se determina que visto los signos en su conjunto son distintos, por lo que no causan confusión alguna al consumidor cuando este las tenga al frente al momento de adquirir los productos que distinguen, toda vez que no realiza una asociación directa entre los elementos gráficos y los componentes denominativos.

Desde el campo fonético o auditivo, no resulta posible realizar el cotejo marcario, toda vez que la marca propuesta es figurativa y las marcas inscritas mixtas, una se acompaña de un elemento denominativo la palabra **BROOKS** y la otra de la consonante **B**, las cuales cuentan con una connotación auditiva, tal diferenciación evita que el consumidor incurra en un riesgo de confusión o asociación empresarial.



Del contexto, ideológico o conceptual, no es posible confrontar tales signos, por cuanto el signo solicitado es completamente figurativo y los signos inscritos cuentan con una parte figurativa y elementos denominativos que poseen concepto.

De la comparación de los signos en conflicto, predominan más las diferencias que las similitudes, por lo que los consumidores al contrastar el signo pedido y los signos registrados no entrarán en riesgo de confusión o asociación empresarial y podrán distinguir fácilmente los conjuntos marcarios; permitiendo una convivencia pacífica en el mercado sin afectar los derechos adquiridos de la empresa titular de las marcas inscritas.

Ahora bien, si los signos son totalmente diferentes, como sucede en el presente caso, no se incluye dentro del cotejo los productos, porque basta con que no se confundan entre sí y que el destinatario de los servicios al verlas no las relacione; permitiendo la coexistencia pacífica de los signos en el mercado.

Así las cosas, al ser disímiles los signos bajo estudio, la marca propuesta es susceptible de registro, dado que no transgrede el artículo 8 incisos a) y b) de la Ley de marcas, por lo que la resolución venida en alzada debe confirmarse.

En cuanto al agravio que expone la representación de la empresa recurrente, respecto a que el Registro incurrió en un vicio in iudicando porque ignoró que en el cotejo marcario debe prevalecer las similitudes sobre las diferencias; no le asiste razón a la impugnante en su alegato, toda vez, que el Registro al analizar los signos



(solicitado),



(inscritos), desde una perspectiva integral, observa con claridad que los signos tienen suficientes diferencias, específicamente, cuando en la resolución impugnada (folios 230 a 231 del expediente principal), señala que en el signo solicitado la figura tiene una posición diferente al de las marcas de la oponente, el bumerán está colocado sobre un plano en el cual se aprecia la figura más ancha, tiene un diseño de líneas rectas y cuadradas, con vértices no tan pronunciados, y en el registro 235274, la marca se compone por la palabra BROOKS, en letras color negro, con grafía especial, la letra B, está cortada por la figura del bumerán, en este caso el bumerán tiene unas dimensiones más pequeñas, su vértice es más pronunciado, está en una posición vertical al igual que la parte denominativa de la marca, y el registro 250089, está compuesto por la letra B, está atravesada por la figura de un bumerán que corta la letra por la mitad, es una figura en color negro, en posición vertical y a diferencia de la primera marca tiene una mayor dimensión, concluyendo el Registro que los signos en su conjunto tienen diferencias que le otorgan la suficiente distintividad, aduciendo que la marca solicitada es figurativa y los signos inscritos son mixtos, si bien comparten, la figura del bumerán, su diseño y posición son diferentes.

De lo anterior, considera este Tribunal que efectivamente los signos son diferentes, dado que la fuerza distintiva de los signos inscritos mixtos descansa en la combinación de su elemento denominativo y gráfico y la del signo figurativo solicitado descansa en su trazo y en sus líneas, generando en el consumidor una percepción global



distinta. Por lo que realmente, el signo figurativo (solicitado) y los signos mixtos (inscritos) examinados desde una visión de conjunto son diferentes, y cuentan con la distintividad necesaria para coexistir en el mercado sin inducir al consumidor a riesgo de confusión ni de asociación empresarial.

Por lo expuesto, estima esta instancia que tampoco lleva razón la apelante cuando manifiesta que, desde la perspectiva gráfica las marcas registradas y la solicitada comparten una misma estructura visual tan semejante que el consumidor promedio difícilmente podría distinguirlas a primera vista, ello, porque los signos distintivos inscritos tienen como elemento central la palabra BROOKS y la consonante B, sumando la diferenciación evidente en los elementos figurativos abstractos con el elemento figurativo del signo propuesto. Se determina que visto los signos en su conjunto son distintos, por lo que no causan confusión alguna al consumidor cuando este los tenga al frente al momento de adquirir los productos que distinguen.

Respecto al agravio que expresa la impugnante, acerca de que la resolución omitió el análisis obligatorio de la fuerza distintiva y la familia de marcas **BROOKS**, la consolidación de un diseño propio y el riesgo de asociación empresarial, se vulneran los criterios esenciales de registro frente a derechos de terceros. Esta omisión invalida la resolución apelada; no lleva razón la apelante en su argumento, dado que el Registro de la Propiedad Intelectual analizó los signos en conflicto desde una perspectiva global tal y como están inscritos, determinando que el signo solicitado y los signos inscritos son diferentes, situación que imposibilita que el público consumidor atribuya a los signos un origen empresarial común. De modo que la divergencia en la visión de conjunto garantiza que ambas marcas



puedan coexistir registralmente y en el mercado, sin inducir a riesgo de confusión ni de asociación empresarial a los consumidores, por lo que la consolidación del diseño propio de los signos registrados no se vulnera.

Acerca del agravio que presenta la representación de la empresa recurrente, sobre que el permitir la introducción del nuevo signo causaría un desgaste en la singularidad de la marca original; no le asiste razón a la apelante en su alegato, dado que del análisis global de los signos se evidencia que estos son distintos, por ende, no se produce desgaste alguno como lo señala la apelante.

Dentro de los agravios que esgrime la representación de la empresa apelante, sostiene que la empresa Brooks Sports Inc., es una empresa estadounidense con más de un siglo de trayectoria, dedicada al diseño, fabricación y comercialización de calzado y vestimenta deportiva de alto rendimiento. Desde su fundación en 1914, la marca ha alcanzado un posicionamiento destacado a nivel global, particularmente en el ámbito del **running**, gracias a su enfoque en la innovación tecnológica; en lo relativo a este agravio, es importante indicar a la apelante, que expresar que su marca ha alcanzado un alto posicionamiento, se podría decir, notoriedad, se requiere conforme a la Ley de marcas y su Reglamento, aportar prueba mediante la cual demuestre el conocimiento del signo por parte del público consumidor, de lo contrario se estaría ante un argumento que no tiene respaldo probatorio. De ahí que, considera esta instancia que la prueba aportada al expediente, a saber, certificados de registro de marcas, visible a folios 75 a 79, 80 a 83, 84 a 87, y 88 a 97 del expediente principal, no es prueba que demuestre la notoriedad, debido a que los registros lo que comprueban es la protección de los signos distintivos,



pero no certifican la introducción del signo en el mercado ni el grado de conocimiento por parte del público consumidor.

Con relación al agravio que plantea la representación de la empresa recurrente, en cuanto a que los productos que protegen las marcas se cruzan en cuanto a su categoría y público meta generándose de esta forma la posibilidad de confusión entre los consumidores al enforzarse las marcas en el bienestar y la actividad física, lo que crea un solapamiento significativo, tanto en la naturaleza de los productos como en el ámbito de uso; lleva parcialmente razón la representación de la empresa apelante en cuanto a que los productos se cruzan con relación a la categoría y público meta, pero el hecho que se relacionen entre sí no es suficiente para decir que existe riesgo de confusión o de asociación empresarial entre los signos, pues del cotejo realizado a los conjuntos marcarios solicitado e inscritos quedó comprobado que existen diferencias suficientes para que coexistan registralmente y en el mercado.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por los argumentos, citas legales y jurisprudencia expuestos, lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación planteado por el abogado Harry Zurcher Blen, en su condición de apoderado especial de la empresa **BROOKS SPORTS, INC.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:12:10 horas del 23 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 el abogado Harry Zurcher Blen, en su



condición de apoderado especial de la empresa **BROOKS SPORTS, INC.**, en contra de la resolución final dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 15:12:10 horas del 23 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

INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TE: OPOSICIÓN A LA INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TG: MARCAS Y SIGNOS DISTINTIVOS

TNR: 00.42.55

OPOSICIÓN A LA INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TG: INSCRIPCIÓN DE LA MARCA

TNR: 00.42.38