



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2025-0627-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN COMO

MARCA DEL SIGNO

JJ BALLVE SPORTS S.L., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL (EXPEDIENTE DE
ORIGEN 2025-7004)

MARCAS Y OTROS SIGNOS DISTINTIVOS

nox

© 2025
TRA

VOTO 0368-2026

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

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por la abogada María Gabriela Miranda Urbina, vecina de San José, con cédula de identidad 1-1139-0272, en su condición de apoderada especial de la compañía **J.J. BALLVE SPORTS, S.L.**, sociedad constituida bajo las leyes de España, domiciliada en Carrer de la Font Santa, 46, 3 A. 08970 SANT JOAN DESPÍ, ESPAÑA; en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 09:06:28 del 7 de noviembre de 2025.

Redacta la juez Norma Ureña Boza.

CONSIDERANDO



PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. Por medio de escrito presentado el 3 de julio de 2025, la abogada María Gabriela Miranda Urbina de calidades indicadas y en su condición de apoderada especial de la empresa **J.J. BALLVE SPORTS, S.L.**, solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio **NOX**, para proteger y distinguir productos en las siguientes clases:

Clase 09: Aplicaciones informáticas descargables: aplicaciones de móviles; plataformas de software para redes sociales; software para la comunicación, las redes y las redes sociales: productos virtuales descargables, (programas de ordenador con prendas de vestir, calzado, sombrerería, cintas para la cabeza, muñequeras, calcetines, equipaje, bolsas, bolsas de deporte, mochilas. carteras, neceseres, riñoneras, equipamiento y artículos deportivos, raquetas, raquetas de pádel, raquetas de tenis playa, empuñaduras para raquetas, cintas de sujeción para empuñadura de raquetas, pelotas (artículos de deporte), juguetes y accesorios para su uso en línea y en mundos virtuales en línea); software descargable para juegos interactivos para su uso a través de una red informática mundial y mediante varias redes inalámbricas y dispositivos electrónicos: software descargable para participar en la conexión en redes sociales e interactuar con comunidades en línea: software descargable para la emisión en tiempo real de contenido multimedia de entretenimiento y para el acceso a ese contenido: software descargable para facilitar el acceso a un entorno virtual en línea: software descargable para participar en redes sociales e interactuar en comunidades en línea: software descargable para la creación, producción y modificación de diseños y personajes digitales animados y no animados, avatares,



superposiciones y skins para el acceso y su uso en entornos virtuales, entornos virtuales en línea y entornos virtuales de realidad extendida.

Clase 18: Bolsas de deporte; macutos: mochilas: mochilas de deporte; neceseres (vacíos): neceseres para transportar artículos de higiene personal: riñoneras.

Clase 25: Prendas de vestir; ropa de deporte; calzado de deporte; zapatillas de deporte; artículos de sombrerería: muñequeras: calcetines: gorras; gorros y gorras para deportes: cintas para la cabeza: viseras; cintas para el sudor; calzado y ropa contenida en clase 25 que incorpora tecnología de comunicación de campo cercano (NFC).

Clase 28: Artículos de deporte y gimnasia; raquetas (raquetas de pádel, raquetas de squash, raquetas de bádminton, raquetas pickleball, raquetaOs de tenis de mesa, raquetas de tenis, raquetas de tenis playa) cubiertas protectoras para raquetas: fundas para raquetas: estuches de raquetas: estuches de paletas de pádel: estuches de raquetas de tenis playa; bolsas para raquetas de tenis: bolsas para raquetas de tenis playa: cintas para empuñaduras de raqueta; empuñaduras de raquetas: cintas de sujeción para empuñaduras de raquetas; bolsas adaptadas para artículos de deporte: cuerdas para raquetas: cordaje de tripa para raquetas: cuerdas sintéticas para su uso con raquetas: materiales en forma de cuerda para raquetas de deportes; pelotas (artículos de deporte); soportes para pelotas: dispositivos para atrapar pelotas; protectores de manos para uso deportivo: muñequeras para uso deportivo: muñequeras y tobilleras lastradas para realizar ejercicio:



amortiguadores de vibraciones para raquetas de pádel, tenis y tenis playa; toallita potenciadora de agarre para raquetas de tenis y pádel; aparatos recogepeletas para tenis y pádel.

Mediante escrito del 8 de agosto de 2025, la representación de la compañía **J.J. BALLVE SPORTS, S.L.**, modifica la lista de productos para la clase 25 de la siguiente forma: Prendas de vestir; ropa de deporte; calzado de deporte; zapatillas de deporte; artículos de sombrerería: muñequeras: calcetines: gorras; gorros y gorras para deportes: cintas para la cabeza: viseras; cintas para el sudor; calzado y ropa contenida en clase 25 específicamente ropa deportiva que incorpora sensores digitales.

El Registro de la Propiedad Intelectual, mediante resolución emitida a las 09:06:28 del 7 de noviembre de 2025, denegó parcialmente la solicitud de inscripción planteada únicamente en la clase 25 y dispuso continuar con el trámite correspondiente para las clases 9, 18 y 25; al considerar que corresponde a una marca inadmisibles por derechos de terceros, según el análisis y cotejo con las marcas registradas y su nivel gráfico, fonético e ideológico es casi idéntico, busca proteger productos de la misma naturaleza y van destinados al mismo tipo de consumidor, existiendo similitud de identidad que podría causar confusión en los consumidores al no existir distintividad que las individualice o identifique, lo que transgrede el numeral 8 incisos a) y b) de la Ley de Marcas y Otros Signos Distintivos (en adelante Ley de marcas).

Inconforme con lo resuelto, la representación de la compañía **J.J. BALLVE SPORTS, S.L.**, apeló, expresando como agravios lo siguiente:



1. El apelante indica que busca superar la posibilidad del riesgo de confusión por asociación en cuanto a los productos que se comercializarán, por lo que modificó la lista de productos de la clase 25 para que se leyera de la siguiente forma: “Ropa deportiva que incorpora sensores digitales destinada a pádel, tenis y pickleball contenida en clase 25.”, eliminando los eventuales impedimentos para la coexistencia marcaria, al tratarse de productos claramente disimiles entre sí.
2. En este caso no se presentan similitudes marcarias, coincidencias gráficas, fonéticas e ideológicas, pues las marcas comparadas amparan productos distintos: la marca registrada se refiere a productos tradicionales, mientras que los productos de su representada en la clase 25 que corresponden a una categoría completamente diferente, dirigidos a un público consumidor que practica deportes específicos.
3. El Registro centra su análisis únicamente en la denominación “N_OX” sin considerar los productos, ni los elementos gráficos ni fonéticos, ignorando diferencias esenciales en la estructura, forma, sonido e identidad de ambos signos.
4. Los universos de consumo de ambas marcas son distintos: el consumidor de NEOX busca prendas sencillas de uso diario (prendas de vestir básicas tales como camisas o camisetas destinadas a un público de consumo general), el consumidor de NOX busca indumentaria técnica, orientada al rendimiento y al deporte especializado (atletas o personas que practican deporte de alto rendimientos), lo que resulta en productos altamente específicos y claramente diferenciables
5. Por otra parte, su representada cuenta con derechos adquiridos



con anterioridad (principio de prelación), ya que ha venido utilizando la marca desde años previos, lo que le otorga prioridad y evidencia un uso real y efectivo en el mercado, ya que consta como evidencia facturas emitidas por la comercialización de productos NOX en la tienda TECNI SPORT S.A. en Costa Rica y publicaciones del perfil de Instagram de “Tecnisport_cr” (https://www.instagram.com/tecnisport_cr/), donde la marca NOX se utiliza en Costa Rica y se comercializa a través de una tienda especializada en artículos deportivos (por lo que se aporta fotografías del sitio web) y facturas (legalizadas y apostilladas que datan del 2019).

6. Por último, indica que su marca es reconocida e inconfundible para el público consumidor, y el posicionamiento de esta es amplio y no existe riesgo de confusión.

SEGUNDO. HECHOS PROBADOS. En el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentra inscrito el siguiente signo distintivo:

1. Marca de fábrica y comercio **NEOX[®]**, registro 408544, inscrita desde el 4 de julio de 2025, vigente al 4 de julio de 2035, titular: JOSEPH CORRALES BARRANTES, para proteger y distinguir en clase 25: Prendas de vestir, camisas, camisetas. (folio 4 del legajo de apelación).

TERCERO. HECHOS NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con este carácter que sean de relevancia para el dictado de la presente resolución.

CUARTO. CONTROL DE LEGALIDAD. Del análisis del acto



administrativo de primera instancia se advierte que, en la parte dispositiva de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 09:06:28 horas del 7 de noviembre de 2025, se indica que debe continuarse con el trámite correspondiente respecto de la clase 25. No obstante, dicha mención se corrige en el párrafo siguiente en el **“POR TANTO”**, en el que se establece con claridad el rechazo de la solicitud para esa clase. En consecuencia, este Tribunal estima que se trata de un error material que no incide en la fundamentación ni en el contenido sustancial de la resolución.

En lo demás, 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. En el presente caso se solicitó la inscripción de la marca de fábrica y comercio **nox**, para proteger y distinguir las clases internacionales 9, 18, 25 y 28, la cual fue rechazada por el Registro de la Propiedad Intelectual, únicamente en la clase 25, pero continuando con el trámite de registro de las clases 9, 18 y 28; en clase 25 aduce la causal de inadmisibilidad por derechos de terceros, con fundamento en los incisos a) y b) del artículo 8 de la Ley de marcas.

Corresponde a este Tribunal analizar el recurso de apelación interpuesto por la representación de la compañía **J.J. BALLVE SPORTS, S.L.**, a fin de determinar si la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual se encuentra ajustada al ordenamiento jurídico vigente y, consecuentemente, establecer si el signo solicitado reúne los requisitos exigidos por la normativa marcaria para acceder a la protección registral en clase 25



internacional.

Para ello, resulta necesario verificar si el signo pretendido cumple con las exigencias legales y con los principios que informan el derecho marcario. En particular, la valoración de la aptitud distintiva de un signo exige un examen integral de los requisitos sustantivos, tanto intrínsecos como extrínsecos, con el propósito de determinar si su inscripción resulta compatible con el sistema de protección marcaria.

En este sentido, la legislación marcaria contempla un conjunto de prohibiciones de registro orientadas a salvaguardar tanto el interés general de los consumidores como los derechos adquiridos por terceros. Bajo esta premisa, resulta pertinente citar lo dispuesto por el artículo 8 de la Ley de marcas:

Artículo 8. Marcas inadmisibles por derechos de terceros. Ningún signo podrá ser registrado como marca cuando ello afecte algún derecho de terceros, en los siguientes casos, entre otros:

- 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.

[...]

Con este tipo de prohibiciones se busca evitar el riesgo de confusión, es decir, que el consumidor incurra en error respecto a los productos o servicios que desea adquirir, o cuando exista asociación indebida acerca del origen empresarial de tales productos o servicios.

Conforme a 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, 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.

[...]

En este sentido, es necesario confrontar los signos marcarios para determinar si existe identidad o semejanza entre ellos, en grado de que el consumidor pueda incurrir en riesgo de confusión o bien en riesgo de asociación. Sobre la identidad o semejanza entre signos, el Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI), lo ha abordado de la siguiente manera:

§ 1. Existirá identidad entre el signo pedido y la marca anterior cuando el primero reproduce, sin modificación alguna, todos los elementos que constituyen la marca anterior. Así, de la simple comparación entre ellos consta su plena identidad, por lo que no es necesario un mayor análisis para concluir que ellas no son diferenciables entre sí y en este caso opera la presunción legal de confusión en el consumidor, que establece la LPI.

§ 2. La determinación de la semejanza entre marcas corresponde a una operación estimativa que implica el empleo de ciertas pautas de comparación, sin perjuicio de las normas y principios consagrados en la legislación sobre propiedad industrial. Dichas pautas de evaluación deben ser analizadas considerando la estructura que posee cada marca, a la luz de:

(i) La apreciación global, que obliga al momento del análisis marcario a considerar los signos en su conjunto o como un



todo, sin detenerse a examinar los detalles de un signo y sin acudir a fraccionamientos, incorporando comparación fonética, gráfica y/o conceptual; (ii) La primera impresión, que corresponde a aquella opinión superficial que tiene el público consumidor en el mercado y que se centra, generalmente, en el señalado conjunto; y (iii) La búsqueda del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de una marca denominativa compuesta, a fin de compararla con otra marca. (Instituto Nacional de Propiedad Industrial (INAPI). Marcas previas en Chile. En Directrices de marcas: Capítulo Prohibiciones de registro. Recuperado del enlace https://www.inapi.cl/docs/default-source/default-document-library/viuid_marcas_previas_en_chile.pdf?sfvrsn=71f0ef7e_0)

Para realizar este análisis el artículo 24 de la Ley de marcas y otros signos distintivos, establece las reglas a seguir:

Artículo 24. 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:

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.



- b) En caso de marcas que tienen radicales genéricos o de uso común, el examen comparativo debe hacerse con énfasis en los elementos no genéricos o distintivos;
- c) Debe darse más importancia a las semejanzas que a las diferencias entre los signos;
- d) Los signos deben examinarse en el modo y la forma en que normalmente se venden los productos, se prestan los servicios o se presentan al consumidor, tomando en cuenta canales de distribución, puestos de venta y tipo de consumidor a que van destinados;
- 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;
- f) No es necesario que haya ocurrido confusión o error en el consumidor, sino es suficiente la posibilidad de que dicha confusión o error se produzca, teniendo en cuenta las características, cultura e idiosincrasia del consumidor normal de los productos o servicios; o
- g) Si una de las marcas en conflicto es notoria, la otra debe ser clara y fácilmente diferenciable de aquella, para evitar toda posibilidad de aprovechamiento indebido del prestigio o fama de la misma.

Antes de iniciar el cotejo de los productos, se advierte que las clases internacionales 09, 18 y 28, cuya protección se solicita, no guardan relación con los productos registrados en la clase internacional 25, razón por la cual se prescinde de su análisis. Asimismo, se hace constar que el interesado, mediante su escrito de apelación de fecha



14 de noviembre de 2025 (visible a partir de la imagen 127 del expediente principal), modificó por segunda ocasión la lista de productos que pretende comercializar, quedando conformada de la siguiente manera:

Signo solicitado	Signo inscrito
NOX	NEOX
Clase 25: Ropa deportiva que incorpora sensores digitales destinada a pádel, tenis y pickleball contenida en clase 25	Clase 25: Prendas de vestir, camisas, camisetas.

Gráficamente, ambos signos **NOX** y **NEOX** son mixtos de grafía especial, en letras mayúsculas y color negro la solicitada reproduce la mayor parte del elemento denominativo preponderante de la marca previamente registrada, generando una similitud relevante desde la perspectiva fonética y gráfica, pues comparten la secuencia distintiva de letras **NOX** y **NEOX**, coincidiendo en tres de las cuatro letras de la inscrita, dispuestas en el mismo orden, circunstancia que incrementa significativamente el riesgo de confusión y de asociación empresarial en la percepción del consumidor medio.

El elemento denominativo constituye el componente con mayor fuerza distintiva y recuerdo dentro de los signos enfrentados, por ser el primer elemento que el consumidor identifica, pronuncia y utiliza para solicitar o reconocer los productos en el mercado. En consecuencia, las semejanzas existentes entre **NOX** y **NEOX** son aptas para inducir



al público consumidor a creer erróneamente que los productos distinguidos por ambos signos, comprendidos en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza, provienen del mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas. Por lo anterior, existe una similitud gráfica relevante entre las marcas enfrentadas, susceptible de generar riesgo de confusión y asociación empresarial indebida.

Fonéticamente, los signos confrontados producen una impresión auditiva altamente similar, debido a que comparten la secuencia sonora distintiva **NOX**, presente en la marca solicitada **NEOX**, lo que provoca que la pronunciación y su acústica sean semejantes, con la posibilidad de que el consumidor pueda confundirse al no diferenciarlos con claridad al momento de identificar o solicitar los productos en el mercado.

Ideológicamente, los signos confrontados **NOX/NEOX** son de fantasía, pues no proyectan un significado concreto; este tipo de marcas son signos distintivos creados de manera arbitraria o caprichosa, carentes de un significado propio en relación con los productos o servicios que identifican,

Después de realizar el cotejo se determina que existe un alto grado de semejanza marcaria, por lo que resulta imperioso el análisis del principio de especialidad, más cuando se trata de marcas que presentan un alto grado de similitud como es el caso de estudio.

Respecto al principio de especialidad la doctrina ha señalado:



“...El principio de la especialidad determina que la compatibilidad entre signos será tanto más fácil cuanto más alejados sean los productos o servicios distinguido por las marcas enfrentadas. Como principio general, si los productos o servicios de las marcas comparadas son dispares, será posible la coexistencia de tales marcas. ...” (Lobato Manuel, Comentario a la Ley 17/2001, de Marcas, Civitas, Madrid, 1era edición, 2002, p. 293.)

De esta manera, al analizar los productos que buscan proteger y distinguir los signos en conflicto, se determina que, no solo pertenecen a la misma clase 25 de la nomenclatura internacional, sino que además son de la misma naturaleza, dirigidos al sector económico de la industria textil, confección, moda y artículos deportivos; por tanto, existe una estrecha relación entre los productos que distinguen ambas marcas, lo que incrementa el riesgo de confusión y asociación empresarial en el mercado.

Los productos amparados por los signos en conflicto poseen una clara identidad o, al menos, una estrecha relación de similitud entre ellos, circunstancia que incrementa de manera significativa el riesgo de confusión y de asociación empresarial, que concurren en los mismos canales de distribución y comercialización, tales como tiendas especializadas, establecimientos de moda y deporte, plataformas de comercio electrónico, compartiendo además los mismos medios de promoción y publicidad. Esta coincidencia en el mercado relevante aumenta la probabilidad de que el consumidor medio atribuya un origen común a los productos identificados por los signos enfrentados. En consecuencia, el riesgo de confusión no deriva únicamente de la



elevada similitud existente entre los signos marcarios, sino también de la identidad y estrecha relación competitiva de los productos que distinguen, elementos que, apreciados de manera conjunta e integral, impiden la coexistencia pacífica de ambas marcas en el mercado.

Por ello, los argumentos expuestos por el apoderado de la solicitante, específicamente a lo que llama “universos de consumo” referido a prendas básicas de vestir, cotidianas y casuales contra prendas diseñadas específicamente para el ámbito deportivo, ropa técnica y con tecnología de alto rendimiento y que estas incorporen sensores digitales o tecnología de alto rendimiento no las convierte en productos de naturaleza distinta respecto de las prendas de vestir tradicionales protegidas por el registro anterior. La tecnología incorporada constituye únicamente una característica adicional o un valor agregado del producto, sin alterar su esencia, naturaleza ni su clasificación comercial, pues en ambos casos se trata de prendas de vestir comprendidas en la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza.

En resumidas cuentas, las prendas de vestir ofrecidas pueden usarlas atletas de alto rendimiento, deportistas o público de consumo general, por lo que no es de aplicación el principio de especialidad, pues cualquier persona puede usar todos estos productos, sean especializados o no, en el ámbito deportivo del deporte de raquetas, siendo que lo manifestado por el apelante carece de mérito suficiente para desvirtuar la existencia del riesgo de confusión y de asociación empresarial,

En cuanto a lo relativo a la supuesta aplicación del principio de



prelación, resulta improcedente, debido a que corresponderá en otro tipo de procedimiento que demuestre su dicho, toda vez que en el presente caso se refiere a la solicitud de una inscripción marcaria, que infringe el artículo 8 inciso a y b, por lo que es imposible su inscripción en la clase 25 indicada.

Asimismo, como se indicó, en este procedimiento, la prueba aportada por la solicitante, consistente en publicaciones de la red social Instagram, la investigación de mercado (venta y posicionamiento) de los productos marca NOX junto con las fotografías, no sustituye el derecho exclusivo que nace del registro marcario. En consecuencia, dicha prueba carece de eficacia para desvirtuar la prohibición legal de coexistencia de signos confundibles o para justificar el registro del signo solicitado frente a un derecho marcario previamente concedido.

Por todo lo anterior, y al no haberse acreditado razones que permitan apartarse del criterio sostenido por la autoridad registral, este Tribunal concluye que los agravios formulados deben ser rechazados.

SEXTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por las razones expuestas, este Tribunal considera procedente declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la abogada María Gabriela Miranda Urbina, en su condición de apoderada especial de la compañía **J.J. BALLVE SPORTS, S.L.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, venida en alzada.

POR TANTO

Con fundamento en las consideraciones expuestas se declara **sin lugar** el recurso de apelación interpuesto por la abogada María



Gabriela Miranda Urbina, en su condición de apoderada especial de la compañía **J.J. BALLVE SPORTS, S.L.**, en contra de la resolución dictada por el Registro de la Propiedad Intelectual, a las 09:06:28 del 7 de noviembre de 2025, la que en este acto **se confirma**. Sobre lo decidido 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

mut/KQB/ORS/CMCh/CFM/NUB



DESCRIPTORES.

Marcas y signos distintivos

TE. Marcas inadmisibles

TG. Propiedad Industrial

TR. Registro de marcas y otros signos distintivos

TNR. 00.41.55