



RESOLUCIÓN DEFINITIVA

EXPEDIENTE 2026-0121-TRA-PI

SOLICITUD DE INSCRIPCIÓN DEL NOMBRE COMERCIAL



CREDITECHOS LIMITADA., apelante

REGISTRO DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

EXPEDIENTE DE ORIGEN 2025-10901

MARCAS Y OTROS SIGNOS

VOTO 0486-2026

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

Conoce este Tribunal el recurso de apelación interpuesto por la señora **Stephanie Murcia Díaz**, cédula de identidad 1-1108-0826, vecina de San José, en su condición de apoderada generalísima de la compañía **CREDITECHOS LIMITADA**, cédula jurídica 3-102-928957, con domicilio en San José, cantón de Montes de Oca, distrito Barrio Dent, San Pedro doscientos metros norte de Funeraria Montesacro; en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 16:30:06 horas del 4 de febrero de 2026.



Redacta el juez Cristian Mena Chinchilla.

CONSIDERANDO

PRIMERO. OBJETO DEL PROCEDIMIENTO. El 29 de setiembre de 2025, la señora **Stephanie Murcia Díaz**, de calidades indicadas y en su condición de apoderada generalísima de **CREDITECHOS LIMITADA**, solicitó la inscripción del nombre



comercial para proteger y distinguir: un establecimiento comercial dedicado a la instalación y financiamiento de techos; ubicado en San José, Montes de Oca, Barrio Dent, San Pedro, doscientos metros norte de Funeraria Montesacro, edificio esquinero blanco con gris de dos plantas.

El Registro de la Propiedad Intelectual, por resolución de las 16:30:06 horas del 4 de febrero de 2026, procedió a denegar la solicitud del



nombre comercial , solicitado por la empresa **CREDITECHOS LIMITADA**, conforme al artículo 2 y 65 de la Ley de marcas y otros signos distintivos (en adelante Ley de marcas). Notificación realizada el 5 de febrero de 2026. (Folio 9 a 14 del expediente principal)



La apoderada de la compañía CREDITECHOS LIMITADA, mediante documento adicional 21/2026-002047 del 11 de febrero de 2026, interpone recurso de revocatoria con apelación en subsidio, en cuanto a lo apelado señaló:

1. La resolución recurrida afirma erróneamente que el signo carece de capacidad para distinguir el giro comercial ya que está compuesto de “términos de uso genérico”, interpretación que violenta el principio de unidad marcaria. Al desmembrar el signo “CREDITECHOS”, el registro ignoró el conjunto gráfico original, inconfundible e irrefutable que se opone a cualquier noción de genericidad. (Adjunta voto 0218-2025, del Tribunal Registral Administrativo)
2. La resolución incurre en un vicio de nulidad al desmembrar el signo solicitado y limitarse a analizar el elemento denominativo “CREDITECHOS” de forma aislada, haciendo caso omiso a la verdadera calificación del nombre comercial solicitado, toda vez que se trata de un signo mixto y, como tal, debe ser examinado bajo la “impresión de conjunto” que produce en el consumidor normal.
3. El diseño de CREDITECHOS no es genérico; consiste en una composición compleja y original que incluye: 1) Tres círculos entrelazados con bordes negros; 2) Un ícono de una casa con techo de láminas sobre fondo oscuro; 3) Un conjunto de monedas apiladas que simbolizan el financiamiento; 4) Un taladro inalámbrico en posición de acción; y 5) Una paleta cromática distintiva en amarillo, rojo y blanco sobre negro; esta combinación no es una "designación común" en el mercado de techado; siendo el diseño gráfico el elemento que individualiza e identifica el origen empresarial de su representada, cumpliendo



a cabalidad con el artículo 2 de la Ley de marcas.

4. El Registro alega que el signo “le indica al público qué es exactamente el giro comercial”, haciéndolo genérico. Se refuta este argumento señalando que CREDITECHOS es una marca sugestiva o evocativa, la cual requiere un esfuerzo intelectual del consumidor para asociar el término con el servicio. (Voto 609-2011 del Tribunal Registral Administrativo)
5. Para su representada, el diseño gráfico es un factor dominante que individualiza la empresa frente a competidores que ofrecen servicios similares.
6. La denegatoria ignora la realidad comercial demostrada en la página web y redes sociales, donde el consumidor identifica a CREDITECHOS no como un término común, sino como un origen empresarial específico. Alega el reconocimiento de la distintividad sobrevenida para su signo.
7. Bajo la normativa internacional del Convenio de París y el Acuerdo sobre los ADPIC, Costa Rica debe proteger los nombres comerciales y permitir que el uso intenso sane cualquier debilidad distintiva inicial.
8. La resolución recurrida utiliza una motivación estandarizada que lesiona el artículo 136 de la Ley General de la Administración Pública (LGAP) y el debido proceso. La ausencia de un análisis pormenorizado de los elementos figurativos y del uso previo en el comercio genera una indefensión absoluta para su representada.
9. Adjunta como prueba: 1- Copia de la solicitud de inscripción del nombre comercial mixto presentada el 29/09/2025 (relacionado con Hecho 1). 2- Impresiones de la página web oficial (www.creditechos.cr) que muestran el logo y el producto



distintivo "Sobretecho ClimaTec". 3-capturas de pantalla del perfil de Facebook e Instagram de Creditechos, evidenciando la interacción con el público y la distintividad adquirida por el uso.

Solicita se revoque la resolución denegatoria y se ordene la inscripción del nombre comercial solicitado.

SEGUNDO. EN CUANTO A LOS HECHOS PROBADOS Y NO PROBADOS. Este Tribunal no encuentra hechos con este carácter que sean de relevancia para el dictado de la presente resolución.

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. Sin embargo, considera esta instancia necesario señalar que hubo una omisión en la resolución que conoció la revocatoria interpuesta, dado que no se manifestó el registro de origen sobre el escrito presentado por el Sr. Adrián Fernández Madrigal, en fecha 13 de setiembre de 2026 y que consta a folio 18 del expediente principal, y quien indicó ser representante de la empresa apelante. Pese a esta omisión, se considera que no afecta el fondo de lo resuelto, por lo que no implica una nulidad de lo actuado, pero se hace el llamado sobre la obligación que tiene la administración de pronunciarse sobre todas las actuaciones que constan en el expediente.

CUARTO. SOBRE EL FONDO DEL ASUNTO. Aptitud distintiva y registro de los nombres comerciales. El nombre comercial cumple diversas funciones dentro del mercado, Manuel Guerrero, citando a Ernesto Rengifo, las resume:



1) La función identificadora y diferenciadora, en la medida que identifica al empresario en el ejercicio de su actividad empresarial y distingue su actividad de las demás actividades idénticas o similares; 2) La función de captación de clientela; 3) La función de concentrar la buena reputación de la empresa, y 4) La función publicitaria. [Guerrero Gaitán, Manuel, El Nuevo Derecho de Marcas. Bogotá, Universidad Externado de Colombia, 2016, pág. 265]

Así, se puede indicar que el nombre comercial cumple dos funciones esenciales, que están íntimamente ligadas a su naturaleza:

- Identifica a una empresa en el tráfico mercantil.
- Sirve para distinguirla de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.

De acuerdo con el artículo 2 de la Ley de Marcas, se define al nombre comercial como: “Signo denominativo o mixto que identifica y distingue una empresa o un establecimiento comercial determinado”.

Tenemos que dicha definición, de carácter positivo, debe complementarse con la definición negativa del nombre comercial, conformada por las causales que lo hacen inadmisibles y que están contenidas en el artículo 65 de la Ley de Marcas:

Artículo 65.–Nombres comerciales inadmisibles. Un nombre comercial no podrá consistir, total ni parcialmente, en una designación u otro signo contrario a la moral o el orden público o susceptible de causar confusión, en los medios comerciales o el público, sobre la identidad, la naturaleza, las actividades, el giro comercial o cualquier otro asunto relativo a la empresa o el



establecimiento identificado con ese nombre comercial o sobre la procedencia empresarial, el origen u otras características de los productos o servicios producidos o comercializados por la empresa.

Así, y de acuerdo con los artículos citados, podemos afirmar que todo nombre comercial, para obtener la prerrogativa de la publicidad registral, debe cumplir con una serie de requisitos:

Perceptibilidad, esto es, capacidad de ser percibido por el público, debido a que debe tratarse, necesariamente, de un signo denominativo o mixto, o sea que debe ser inteligible (artículo 2).

Poseer aptitud distintiva, que para el nombre comercial se refiere a la capacidad de identificar y distinguir (artículo 2).

Decoro, es decir, que no sea contrario a la moral o al orden público (artículo 65).

Inconfundibilidad, que no sea susceptible de causar confusión en su giro comercial respecto de otros actores económicos (artículo 65).

Teniendo claro el marco legal aplicable, se procede a realizar el análisis del nombre comercial solicitado:



para proteger y distinguir: un establecimiento comercial dedicado a la instalación y financiamiento de techos.

Según la legislación y la doctrina citada, el nombre comercial sirve para distinguir a la empresa titular de las demás empresas que desarrollan actividades idénticas o similares.



En este caso el nombre **CREDITECHOS** no cumple esa función ya que es un calificativo de la naturaleza del giro comercial que distingue, y puede ser utilizado por cualquier competidor del mercado por lo que no puede sustraerse su uso de un solo comerciante.



Obsérvese, que el nombre solicitado **CREDITECHOS** se conforma de los siguientes elementos: la palabra **CREDITECHOS** como elemento central del denominativo propuesto, sea compuesto de las palabras **CREDI-TECHOS** que pese a encontrarse unidas en la propuesta empleada son claramente identificables; máxime, que conforme se desprende el uso de los tonos gris y negro hace que se individualice su empleo, y de esa misma manera será percibido por el consumidor en el mercado.

Por otra parte, se logra colegir que en la parte inferior del signo propuesto **CREDITECHOS** se identifica la frase **LA SOLUCIÓN DEFINITIVA**; además, el diseño de figuras geométricas circulares y colores empleados, que unidas forman una silueta cromática de colores amarillo, rojo, naranja y verde en el centro, se denotan las siguientes frases y diseños en menor tamaño y fuera del contorno circular: **PRECIOS ACCESIBLES** y el diseño de monedas (dinero) en medio del círculo; la frase **SOBRE TECHO CLIMATEC** (casa) en medio del círculo; como la frase **SERVICIO DE INSTALACIÓN** (taladro) en



medio del círculo. A pesar de estos elementos gráficos, este Tribunal debe advertir a la recurrente que el elemento preponderante en este tipo de signo, lo constituye su elemento denominativo, ya que será la forma en que el consumidor lo identificará y llamará en el mercado. Por lo que sus manifestaciones sobre la prevalencia del diseño deben rechazarse por las razones indicadas.

Continuando con el análisis, se desprende que los servicios que busca



distinguir el nombre comercial propuesto bajo el conjunto marcario, transmiten de manera directa al consumidor la naturaleza del giro comercial que se pretende ofrecer en el mercado; por cuanto, el eje central de los servicios y la connotación semántica que se utiliza en la propuesta, transmite sin mayor esfuerzo al contenido de “instalación y financiamiento de techos”; y bajo esa condición el signo no individualiza una empresa específica, sino que funciona únicamente como una descripción del tipo de servicio, sea, no logra identificarlo o particularizarlo de otros que en el tráfico comercial que también ofrecen o pretendan el mismo giro comercial, no siendo posible bajo esa circunstancia el proporcionarle protección registral. Así las cosas, no comparte este Tribunal lo alegado por la recurrente, que su signo deviene en sugestivo, ya que como se indicó, no se requiere mayor esfuerzo intelectual por parte del consumidor de este tipo de servicios, para entender el giro del establecimiento que se pretende.

Por las consideraciones expuestas, este Tribunal concluye que el



signo propuesto carece de los requisitos necesarios para concederle protección registral al estar conformado su elemento denominativo por palabras genéricas y de uso común con relación al servicio que se pretende proteger y comercializar; por ende, no cuenta con la condición de peculiaridad y particularidad necesaria para identificarse de otros establecimientos comerciales de la misma naturaleza comercial, lo que transgrede los artículos 2 y 65 de la Ley de marcas; criterio dado por el Registro de origen, y que este órgano de alzada aval en su totalidad.

En cuanto a los alegatos de la apelante, al señalar que la resolución recurrida violenta el principio de calificación integral del signo mixto y que violenta el principio de unidad marcaria. Al respecto, este Tribunal ha de señalar que, el signo propuesto conforme fue analizado en sede registral y por este órgano de alzada, no resulta admisible por las razones anteriormente señaladas; sin embargo, es importante aclarar que el hecho de que se fraccione los términos es para efectos prácticos y didácticos, y que el promovente tenga claridad con relación al motivo por el cual no es posible otorgarle protección. Ello, aunado a que, si bien el signo contempla un diseño, no podríamos pasar por alto que lo primero que el consumidor va a identificar en el comercio es su contenido denominativo, y es precisamente esa condición de uso de expresiones genéricas y de uso común lo que impide concederle protección registral; razón por la cual sus argumentos en tal sentido como la nulidad alegada no son acogidos por lo analizado a lo largo de esta resolución.

Agrega la recurrente que el signo propuesto CREDITECHOS es una marca sugestiva o evocativa, la cual requiere un esfuerzo intelectual



del consumidor para asociar el término con el servicio ofrecido. Sobre dicho argumento no lleva razón la apelante, tal y como se analizó supra, el signo transmite la idea de los servicios pretendidos de forma directa, sin requerir mayor análisis por parte del consumidor, por lo que se rechaza el agravio en este sentido.

Sobre el tema, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 20-IP-2017, del 13 de junio del 2017, ha indicado:

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 con 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 este sentido, la característica primordial de este tipo de signos es el hecho de que el consumidor debe efectuar un breve proceso intelectual para descifrar el concepto del signo, para llegar a determinar información respecto del género o cualidades de los productos o servicios a identificar. Para el caso en estudio, el



denominativo empleado conforme se desprende dirige de manera directa con su simple observación al consumidor a relacionarlo con “financiamiento de techos”, tal y como se colige



de su contenido del signo y ratifica el diseño empleado; por lo que, ante esa condición el nombre comercial propuesto no podría considerarse evocativo.

Sobre el agravio referido a la aplicación de la figura de la distintividad sobrevenida, ya ha sido reiterado este Tribunal que la prueba debe girar en torno al uso de la marca y a la percepción que tenga el consumidor de esta. La representación de la empresa apelante aporta impresión de la página de Facebook (419 seguidores) y una impresión de la página de Instagram (474 seguidores); siendo evidente para esta instancia que esta prueba no resulta suficiente ni idónea para demostrar que el consumidor costarricense dejó de percibir el signo como descriptivo, genérico o de uso común de los servicios a proteger, ni que el signo haya adquirido distintividad sobrevenida mediante el uso en el territorio costarricense. Razón por la que se rechaza lo argumentado por la recurrente sobre esta figura.

Finalmente, sobre la falta de motivación y violación al debido proceso argumentado por la recurrente; al señalar que en la resolución utiliza una motivación estandarizada que lesiona el artículo 136 de la Ley General de la Administración Pública (LGAP); al respecto, este Tribunal estima que no lleva razón la recurrente, toda vez que, del análisis de la resolución venida en alzada, se desprende que el cuadro fáctico corresponde al marco jurídico que le es aplicable al caso bajo estudio, sea, sobre el artículo 2 y 65 de la Ley de marcas, y es bajo esa normativa que el operador jurídico realiza su estudio y emite el contenido de fondo de la resolución final, concluyendo este Tribunal que no existe falta de motivación en el acto recurrido. Razón por la cual sus argumentos no son de recibo.



QUINTO. SOBRE LO QUE DEBE SER RESUELTO. Por lo antes citado, lo procedente es declarar sin lugar el recurso de apelación interpuesto por la señora **Stephanie Murcia Díaz**, en su condición de apoderada generalísima de **CREDITECHOS LIMITADA**, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual, venida en alzada.

POR TANTO

Por las consideraciones que anteceden, se declara sin lugar el recurso de apelación planteado por la señora **Stephanie Murcia Díaz**, apoderada generalísima de la compañía **CREDITECHOS LIMITADA**, en contra de la resolución emitida por el Registro de la Propiedad Intelectual a las 16:30:06 horas del 4 de febrero de 2026, la cual 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 29 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

Oscar Rodríguez Sánchez

Cristian Mena Chinchilla



Gilbert Bonilla Monge

Norma Ureña Boza

omaf/KQB/ORS/CMCH/GBM/NUB

DESCRIPTORES:

MARCA CON FALTA DISTINTIVA

TG. Marca intrínsecamente inadmisibile

TNR. 00.60.69