

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

COMISIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

**RESOLUCIÓN N° 643-2022/CSD-INDECOPI**

EXPEDIENTE : 895593-2021  
SOLICITANTE : CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C.  
MATERIA : SOLICITUD DE REGISTRO MULTICLASE DE MARCA DE PRODUCTO Y/O SERVICIO  
RECURSO DE APELACIÓN

Lima, 28 de enero de 2022.

**1. ANTECEDENTES**

Con fecha 03 de mayo de 2021, CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C., de Perú, solicitó el registro multiclase de marca de producto y/o servicio constituido por La denominación RADIO NUEVA Q ¡QQQUMBIA! y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo:



Para distinguir:

- **Clase 38:** Telecomunicaciones; en especial radiodifusión, difusión de programas de radio y televisión, comunicaciones por terminales de ordenador y por redes de fibra óptica, transmisión de archivos digitales e informáticos, transmisión de flujo continuo de datos (streaming).
- **Clase 41:** Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, programas de radio y televisión, producción de programas radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos, espectáculos, fiestas, conciertos, shows en vivo, concursos, actividades de entretenimiento, suministro en línea de programas, videos, música e imágenes.

Mediante Resolución N° 19784-2021/DSD-INDECOPI de fecha 08 de julio de 2021, la Dirección de Signos Distintivos denegó de oficio el registro del signo solicitado al considerar que resulta confundible con la marca LA MEGA 94.3 FM CUCUCUMBIA y logotipo (certificado N° 55276), que distingue servicios de la clase 38 de la Clasificación Internacional, registrada a favor de GRUPORPP S.A.C., de Perú. Al respecto, la Dirección consideró lo siguiente:

- (i) El signo solicitado y la marca registrada distinguen algunos de los mismos servicios y otros vinculados, según corresponda.<sup>1</sup>
- (ii) Realizado el examen comparativo entre los signos se determina que son semejantes.
- (iii) El signo solicitado en las clases 38 y 41 de la Clasificación Internacional se encuentra incurso en la prohibición de registro establecida en el artículo 136 inciso a) de la Decisión 486, por lo que no corresponde acceder a su registro.

Con fecha 22 de julio de 2021, CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C., interpuso recurso de apelación manifestando lo siguiente:

- La Dirección no realizó un correcto análisis ya que, en lugar de analizar el signo solicitado considerando su aspecto en conjunto, lo que hizo fue desmembrar de manera arbitraria los elementos del referido signo y solo basó su análisis en la denominación que tiene incluso menor relevancia en el signo (¡Q QQQUMBIA! / CUCUCUMBIA) sin tomar en consideración no solo que tanto la marca registrada como el signo solicitado se encuentran constituidos por más denominaciones (RADIO NUEVA Q / 94.3 FM LA MEGA), sino que además ambos cuentan con elementos figurativos y cromáticos adicionales super diferentes.
- De una revisión de la marca registrada como del signo solicitado, tenemos que, en el caso del signo solicitado, la frase “RADIO NUEVA Q” tanto su elemento denominativo como figurativo, son los que en su conjunto sirven para indicar el origen empresarial, ello en vista del tamaño que ostenta dicha frase dentro del signo, del color distinto de la letra Q y a que la frase “¡QQQUMBIA!” es un elemento secundario.

<sup>1</sup> Al respecto, la Dirección consideró lo siguiente:

Con relación al signo solicitado en la clase 38:

- Las “telecomunicaciones; en especial radiodifusión, difusión de programas de radio y televisión, comunicaciones por terminales de ordenador y por redes de fibra óptica, transmisión de archivos digitales e informáticos, transmisión de flujo continuo de datos (streaming)” que pretende distinguir el signo solicitado se encuentran incluidos en las “telecomunicaciones en general” que distingue la marca registrada.
- Las “telecomunicaciones; en especial radiodifusión, difusión de programas de radio y televisión, comunicaciones por terminales de ordenador y por redes de fibra óptica, transmisión de archivos digitales e informáticos, transmisión de flujo continuo de datos (streaming)” que pretende distinguir el signo solicitado incluye a los servicios “difusión de programas de radio, televisión o teatrales, transmisión de espectáculos en vivo, comunicaciones vía redes mundiales informáticas de comunicación” que distingue la marca registrada.

Con relación al signo solicitado en la clase 41:

- Las “actividades deportivas y culturales; en especial, programas de radio y televisión, producción de programas radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos, espectáculos, fiestas, conciertos, shows en vivo, concursos, actividades de entretenimiento, suministro en línea de programas, videos, música e imágenes” que pretende distinguir el signo solicitado se encuentran vinculadas con las “telecomunicaciones en general; difusión de programas de radio, televisión o teatrales, transmisión de espectáculos en vivo, comunicaciones vía redes mundiales informáticas de comunicación” que distingue la marca registrada, por lo que se trata de servicios complementarios, los cuales pueden ser prestados por las mismas personas y estar dirigidas al mismo público consumidor.
- Los servicios de “esparcimiento” que pretende distinguir el signo solicitado se encuentran vinculados con las “telecomunicaciones en general” que distingue la marca registrada, debido a que algunos servicios de telecomunicaciones están orientados al entretenimiento, distracción de las personas, por lo que se tratan de servicios complementarios, los cuales pueden ser prestados por las mismas personas y estar dirigidas al mismo público consumidor.

- El signo solicitado está conformado en la parte superior por la frase “RADIO NUEVA” escrita en color verde; más abajo, y con una mayor proporción, le letra Q escrita en color anaranjado, y más abajo, en una menor dimensión, la frase ¡QQCUMBIA! escrita en color verde.
- Por su parte, en el caso de la marca registrada, la frase “94.3 FM LA MEGA” tanto su elemento denominativo como figurativo son los que en su conjunto sirven para indicar el origen empresarial, ello en vista también del tamaño que ostenta dicha frase dentro del signo, del color distinto y a que la frase “CUCUCUMBIA” es un elemento secundario.
- La marca registrada está conformada en la parte superior, por la frase “94.3 FM LA MEGA” escrita en colores amarillo y blanco respectivamente, con bordes color rojo y haciendo una estela en color rojo por la parte derecha; más abajo, la palabra CUCUCUMBIA escrita en otro tipo de letra, más delgada dando la apariencia de menor tamaño e importancia, todo sobre un fondo negro y con líneas y figuras en colores rosado, celeste, amarillo, rojo.
- En consecuencia, los signos confrontados generan indiscutiblemente un impacto visual y fonético en conjunto distinto.
- Su empresa es titular de las siguientes marcas:

MARCA REGISTRADA	CLASE	CERTIFICADO	VENCIMIENTO
NUEVA Q FM	Clase 38. Telecomunicaciones en especial difusión de programas de radio y televisión. Clase 41. Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, programas de radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos, shows en vivo, actividades de entretenimiento y montaje de programas radiales y de televisión.	1749	26.11.2020
	Clase 38. Telecomunicaciones, en especial difusión de programas de radio y televisión	S00055056	13/02/2019
	Clase 41. Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, organización, producción y/o realización de concursos, eventos, actividades de entretenimiento, show en vivo, montaje de programas radiales.	S00056574	15/05/2019
	Clase 38. Telecomunicaciones en especial difusión de programas de radio y televisión. Clase 41. Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas	11456	18.08.2025
	y culturales; en especial, programas de radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos, shows en vivo, actividades de entretenimiento y montaje de programas radiales y de televisión.		
	Clase 38. Telecomunicaciones, en especial difusión de programas de radio y televisión	S00052853	18.09.2018
	Clase 41. Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, organización, producción y/o realización de concursos, eventos, actividades de entretenimiento, show en vivo, montaje de programas radiales.	S00052955	23.09.2018
NUEVA Q FM...LA MARCA DE LA CUMBIA	Clase 38. Telecomunicaciones, en especial difusión de programas de radio y televisión	S00056945	29.05.2019
LA NUEVA Q FM ... DONDE MANDA NUESTRA CUMBIA	Clase 38. Telecomunicaciones, en especial difusión de programas de radio y televisión	S00051694	15.07.2018
LA NUEVA Q FM ... DONDE MANDA NUESTRA CUMBIA	Clase 41. Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, organización, producción y/o realización de concursos, eventos, actividades de entretenimiento, show en vivo, montaje de programas radiales.	S00051551	24.06.2018
QUMBIAS Y RISAS	Clase 38. Telecomunicaciones en especial difusión de programas de radio y televisión. Clase 41. Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, programas de radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos, shows en vivo, actividades de entretenimiento y montaje de programas radiales y de televisión.	1147	23/06/2020

- Así, es titular de nueve (09) marcas registradas que presentan como elemento común la frase “NUEVA Q” a fin de distinguir servicios relacionados con el servicio de radiodifusión, la difusión de programas radiales y el montaje de emisoras y programas radiales, organizando, presentando y/o auspiciando diversos eventos y actividades relacionadas con éstos, y que indica el origen empresarial de dichos servicios. En tal sentido, dentro de una planificada estrategia comercial, han venido prestando en el mercado diversos servicios distinguiéndolos con marcas que tienen como elemento común la frase “NUEVA Q” creando así una familia de marcas.
- El público considerará que el signo solicitado forma parte de la familia de marcas ya creada y difundida en el mercado por su empresa, más aún cuando ya cuenta con una marca registrada similar en las clases 38 y 41 de la Clasificación Internacional (certificado 11456).
- El signo solicitado y la marca registrada presentan amplias diferencias que permiten su coexistencia sin riesgo de inducir a confusión al público.

## 2. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

La Comisión, conforme a los antecedentes expuestos, deberá determinar lo siguiente:

- (i) Si CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C., es titular de una familia de marcas.
- (ii) Si existe riesgo de confusión entre el signo solicitado y la marca registrada LA MEGA 94.3 FM CUCUCUMBIA y logotipo (certificado N° 55276).

## 3. ANÁLISIS DE LA CUESTIONES EN DISCUSIÓN

### 3.1. Informe de antecedentes

Del informe de antecedentes que obra en el expediente, se ha verificado lo siguiente:

En la clase 38:

- a) GRUPORPP S.A.C., de Perú, es titular de la marca de servicio constituida por el logotipo rectangular de bordes redondeados que contiene la denominación LA MEGA 94.3 FM escrita en letras características y dentro de una figura irregular, debajo aparece la denominación CUCUCUMBIA escrita en letras características, como fondo aparecen una serie de figuras ovaladas y unas líneas irregulares, todo en la combinación de colores rojo, amarillo, blanco, negro, celeste, fucsia, beige, anaranjado y verde; conforme al modelo adjunto:



Inscrita con certificado N° 55276, vigente hasta el 27 de febrero de 2029, que distingue telecomunicaciones en general; difusión de programas de radio,

televisión o teatrales, transmisión de espectáculos en vivo, comunicaciones vía redes mundiales informáticas de comunicación, de la clase 38 de la Clasificación Internacional.



- b) En la clase 38 de la Clasificación Internacional se encuentran registradas, a favor de distintos titulares, diversas marcas que incluyen en su conformación la denominación CUMBIA, tales como: RADIO CUMBIA MIX 91.9 FM y logotipo (certificado N° 18993), LAS VIRGENES DE LA CUMBIA (certificado N° 43480), RADIO SUPER CUMBIA MIX (certificado N° 94869), PERUCUMBIA.PE EL PORTAL DE LA CUMBIA PERUANA y logotipo (certificado N° 2030), CUMBIA CHETA (certificado N° 96745), LOS REYES DE LA CUMBIA (certificado N° 49125), entre otras.
- c) La solicitante, CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C., es titular de las siguientes marcas que incluyen en su conformación la denominación NUEVA Q:

Marca	Certificado	Vigencia	Servicios
LA NUEVA Q ... DONDE MANDA NUESTRA CUMBIA	51694	2028-07-15	(38) Telecomunicaciones, en especial difusión de programas radiales y de televisión.
	55056	2029-02-13	(38) Telecomunicaciones, en especial difusión de espacios y programas radiales y de televisión.
NUEVA Q FM	1749	2030-11-26	(38) Telecomunicaciones, en especial difusión de programas de radio y televisión.
NUEVA Q FM... LA MARCA DE LA CUMBIA	56945	2029-05-29	(38) Telecomunicaciones, en especial difusión de programas de radio y televisión.
RADIO NUEVA Q ¡ES CUMBIA! 107.1 FM	11171	2025-07-14	(38) Telecomunicaciones en especial difusión de programas de radio y televisión.
	52853	2028-09-18	(38) Telecomunicaciones, en especial difusión de espacios y programas radiales y de televisión.
	11456	2025-08-18	(38) Telecomunicaciones, en especial difusión de programas de radio y televisión.

En la clase 41:



- a) En la clase 41 de la Clasificación Internacional se encuentran registradas, a favor de distintos titulares, diversas marcas que incluyen en su conformación la denominación CUMBIA, tales como: PERUCUMBIA.PE EL PORTAL DE LA CUMBIA PERUANA y logotipo (certificado N° 2030), RADIO CUMBIA MIX 91.9 FM y logotipo (certificado N° 18993), LA LEONA DE LA CUMBIA (certificado N° 79553), ADOLFO VEGA LOZANO Y LOS REBELDES DE LA CUMBIA y logotipo (certificado N° 129740), entre otras.
- b) La solicitante, CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C., es titular de las siguientes marcas que incluyen en su conformación la denominación NUEVA Q:

Marca	Certificado	Vigencia	Servicios
LA NUEVA Q ... DONDE MANDA NUESTRA CUMBIA	51551	2028-06-24	(41) Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales, en especial, organización, producción y/o realización de concursos, promociones, eventos, actividades de entretenimiento, show en vivo, montaje de programas radiales.
	56574	2029-05-15	(41) Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, organización, producción y/o realización de concursos, eventos, actividades de entretenimiento, show en vivo, montaje de programas radiales.
RADIO NUEVA Q ¡ES CUMBIA! 107.1 FM	11171	2025-07-14	(41) Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, producción de programas de radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos comprendidos en la clase, shows en vivo, actividades de entretenimiento y montaje de emisoras radiales.
	52955	2028-09-23	(41) Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, organización, producción y/o realización de concursos, promociones,

			eventos (espectáculos), actividades de entretenimiento, show en vivo, montaje de programas radiales.
	11456	2025-08-18	(41) Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, producción de programas de radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos comprendidos en la clase, shows en vivo, actividades de entretenimiento y montaje de emisoras radiales.
NUEVA Q FM	1749	2030-11-26	(41) Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, organización, producción y/o realización de eventos, shows en vivo, actividades de entretenimiento, producción y montaje de programas radiales.

### 3.2. Familia de marcas alegada por la solicitante

La solicitante señaló que cuenta con una familia de marcas en torno a la denominación NUEVA Q en las clases 38 y 41 de la Clasificación Internacional.

Por familia de marcas se conoce al conjunto de marcas que son de titularidad de una sola persona y que comparten un elemento común. Este elemento común, conocido como el apellido de la familia, puede ser un prefijo, un sufijo, una palabra, una sílaba u otro elemento, el cual debe ser capaz de identificar el origen empresarial de cada marca miembro de la familia. Así, como estrategia de mercado, muchos agentes económicos, a fin de distinguir diversos tipos de los productos o servicios que ofrecen, utilizan la figura de familia de marcas.

Al respecto, la doctrina ha señalado que “*para que se configure una familia de marcas es imprescindible que los consumidores reales o potenciales capten y retengan en su memoria la unión existente entre el grupo de marcas y los productos o servicios diferenciados por las mismas*”<sup>2</sup>.

<sup>2</sup> AREAN LALIN, Manuel. *El cambio de la forma de la marca. Contribución al estudio de la marca derivada*. Instituto de Derecho Industrial de la Universidad Santiago de Compostela. Santiago, 1985. Pág. 119.



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI



En ese sentido, para que se configure una familia marcaria resulta necesario que se encuentren presentes de manera concurrente dos elementos, uno de orden objetivo y otro subjetivo.

a) Elemento objetivo: Se basa en la existencia de una pluralidad de marcas registradas a favor de un mismo titular, que presenten algún elemento en común, el cual además debe ser de exclusividad de dicho titular.

b) Elemento subjetivo: Implica que dicho término o partícula común (apellido marcario) sea percibido y reconocido por los consumidores como característico o proveniente de un producto o comerciante determinado, de manera tal que el público consumidor se haya acostumbrado a que diversos productos o servicios del titular sean distinguidos con la misma partícula o término común, atribuyéndoles un origen empresarial común.

Si se cumplen con estos requisitos, cabe otorgar protección al titular de una familia de marcas frente a solicitudes de registro de signos que presenten el mismo término o elemento común característico, ya que el público consumidor podría verse inducido a confusión al considerar que se trata de otra marca más del titular que suele identificar sus productos o servicios con dicho término o elemento común.

En el presente caso, se ha verificado que se cumple con el elemento objetivo puesto que existe una pluralidad de marcas registradas sólo a favor de CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C. en las clases 38 y 41 de la Clasificación Internacional, las cuales presentan en común la denominación NUEVA Q.

Asimismo, la Comisión considera que se cumple con el elemento subjetivo puesto que al tratarse de la única empresa que tiene diversas marcas registradas en las clases 38 y 41 de la Clasificación Internacional, con esa denominación en las referidas clases, resulta razonable asumir que dicha denominación será percibida por el público usuario como proveniente de la empresa opositora.

De este modo, esta Comisión determina que es posible reconocer la existencia de una familia de marcas a favor de la solicitante respecto de la denominación NUEVA Q en las clases 38 y 41 de la Clasificación Internacional.

### **3.3. Respecto a la solicitud de registro de la marca RADIO NUEVA Q ¡QQQUMBIA! y logotipo en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 38 de la Clasificación Internacional**

#### **3.3.1. Evaluación del riesgo de confusión**

El artículo 136 inciso a) de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial señala que *“no podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación”*.

De acuerdo a lo dispuesto en la norma citada, para que se configure la confundibilidad, deben concurrir dos requisitos: que exista identidad o semejanza entre los signos





enfrentados, y que los signos en cuestión se apliquen a productos o servicios idénticos o vinculados.

En consecuencia, el que una marca se considere susceptible de producir riesgo de confusión con un signo registrado o solicitado con anterioridad, va a depender tanto de las semejanzas existentes entre ellos, como de la identidad o vinculación de los productos o servicios a los que estén destinados a identificar.

La confusión a la que puede ser inducido el público consumidor en el mercado puede darse de dos formas. Así, la confusión directa se presenta cuando dos productos o servicios, idénticos se encuentran marcados por signos iguales o similares de modo tal que el consumidor adquiere un producto o contrata un servicio en la creencia errónea que se trata del producto o servicio del competidor. De otro lado, la confusión indirecta, no está referida a los productos o servicios en sí, sino al origen empresarial de los mismos, es decir que el consumidor aun diferenciando claramente los productos o servicios, considera que ambos pertenecen a un mismo titular.

De lo expuesto se concluye que para el análisis del riesgo de confusión se deberá tener en cuenta tanto la semejanza de los signos en sí, como la naturaleza de los productos o servicios a los que se aplican, debiéndose tener presente que, por lo general, la confusión entre dos signos será mayor cuanto mayor sea la similitud o conexión competitiva entre los productos o servicios a distinguir.

#### 3.3.1.1. Servicios a los que se refieren los signos en cuestión

En cuanto a los productos o servicios, cabe señalar que uno de los principios en los que se sustenta el derecho marcario es el de especialidad, en virtud del cual se limita con carácter general la posibilidad de oponer una marca registrada frente al registro o uso de un signo idéntico o similar respecto a productos o servicios idénticos o semejantes.

Así, el registro de una marca otorga protección a su titular no sólo respecto a los productos o servicios para los cuales se concedió el registro, sino que también opera en relación a productos o servicios que se asemejen al grado de inducir a confusión al público consumidor, con independencia de si éstos se encuentran comprendidos o no en una misma clase de la Clasificación Internacional.

Entonces, al evaluar si existe o no vinculación entre los productos o servicios, se debe atender a criterios tales como la naturaleza, finalidad o carácter complementario de los productos y/o servicios de que se trate, así como sus canales de comercialización o distribución; es decir, si son ofrecidos en los mismos establecimientos, el público al que están dirigidos, entre otros.

Al respecto, cabe precisar que la Clasificación Internacional de Productos y Servicios de Niza es irrelevante para efectos de determinar si existe similitud entre los productos o servicios en cuestión. Así lo entiende el artículo 151 de la Decisión 486 en su segundo párrafo, al establecer expresamente que “(...) *Las clases de la Clasificación Internacional referida en el párrafo anterior no determinarán la similitud ni la disimilitud de los productos o servicios indicados expresamente*”, por lo que puede suceder que productos o servicios comprendidos en una misma clase de la Clasificación



PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI



Internacional no sean semejantes y, a su vez, que productos o servicios de clases diferentes sean similares.

En consecuencia, para determinar el alcance del principio de especialidad, se deberá analizar si los productos o servicios a los que están referidos los signos son similares según su naturaleza, finalidad, canales de comercialización, complementariedad, utilización conjunta o público consumidor al que van dirigidos.

En el presente caso, el signo solicitado pretende distinguir telecomunicaciones; en especial radiodifusión, difusión de programas de radio y televisión, comunicaciones por terminales de ordenador y por redes de fibra óptica, transmisión de archivos digitales e informáticos, transmisión de flujo continuo de datos (streaming), de la clase 38 de la Clasificación Internacional.

Por su parte, la marca registrada distingue telecomunicaciones en general; difusión de programas de radio, televisión o teatrales, transmisión de espectáculos en vivo, comunicaciones vía redes mundiales informáticas de comunicación, de la clase 38 de la Clasificación Internacional.

Al respecto, se advierte que:

- Las “telecomunicaciones; en especial radiodifusión, difusión de programas de radio y televisión, comunicaciones por terminales de ordenador y por redes de fibra óptica, transmisión de archivos digitales e informáticos, transmisión de flujo continuo de datos (streaming)” que pretende distinguir el signo solicitado, se encuentran incluidos en las “telecomunicaciones en general” que distingue la marca registrada.
- Las “telecomunicaciones; en especial radiodifusión, difusión de programas de radio y televisión, comunicaciones por terminales de ordenador y por redes de fibra óptica, transmisión de archivos digitales e informáticos, transmisión de flujo continuo de datos (streaming)” que pretende distinguir el signo solicitado, incluye a la “difusión de programas de radio, televisión o teatrales, transmisión de espectáculos en vivo, comunicaciones vía redes mundiales informáticas de comunicación” que distingue la marca registrada.

En ese sentido, se ha verificado que se cumple uno de los requisitos para que se genere riesgo de confusión en el mercado, quedando por determinar si los signos son, o no, semejantes al grado de inducir a confusión al público consumidor. Además, dada la identidad de algunos de los servicios a que se refieren los signos en cuestión, esta Comisión considera que se incrementa el riesgo de confusión, por lo que se deberá ser más riguroso en el examen comparativo de los signos.

### 3.3.1.2. Examen comparativo

El artículo 45 del Decreto Legislativo N° 1075, señala que “*a efectos de establecer si dos signos son semejantes y capaces de inducir a confusión y error al consumidor, la Dirección competente tendrá en cuenta principalmente los siguientes criterios:*



- a) *La apreciación sucesiva de los signos considerando su aspecto de conjunto y con mayor énfasis en las semejanzas que en las diferencias;*
- b) *El grado de percepción del consumidor medio;*
- c) *La naturaleza de los productos o servicios y su forma de comercialización o prestación, respectivamente;*
- d) *El carácter arbitrario o de fantasía del signo, su uso, publicidad y reputación en el mercado; y,*
- e) *Si el signo es parte de una familia de marcas.”*

El artículo 46 del Decreto Legislativo N° 1075 establece que *“tratándose de signos denominativos, en adición a los criterios señalados en el artículo 45 de este Decreto Legislativo, se tendrá en cuenta lo siguiente:*

- a) *La semejanza gráfico-fonética;*
- b) *La semejanza conceptual; y,*
- c) *Si el signo incluye palabras genéricas y/o descriptivas, se realizará el análisis sobre la palabra o palabras de mayor fuerza distintiva”.*

El Artículo 47 del Decreto Legislativo N° 1075 dispone que *“tratándose de signos figurativos, en adición a los criterios señalados en el Artículo 45 de este Decreto Legislativo, se tendrá en cuenta lo siguiente:*

- a) *Si las figuras son semejantes, si suscitan una impresión visual idéntica o parecida.*
- b) *Si las figuras son distintas, si evocan un mismo concepto”.*



El Artículo 48 del Decreto Legislativo N° 1075, señala que *“tratándose de signos mixtos, formados por una denominación y un elemento figurativo, en adición a los criterios señalados en los Artículos 45, 46 y 47 del presente Decreto Legislativo, se tendrá en cuenta lo siguiente:*

- a) *La denominación que acompaña al elemento figurativo;*
- b) *La semejanza conceptual; y,*
- c) *La mayor o menor relevancia del aspecto denominativo frente al elemento gráfico, con el objeto de identificar la dimensión característica del signo”.*

Previamente a realizar el examen comparativo, cabe precisar que el término RADIO presente en el signo solicitado carece de distintividad para los servicios que pretende distinguir, en tanto no será asociado por el público usuario con un origen empresarial determinado. En ese sentido, no será tomado en cuenta en el examen comparativo.

Asimismo, con relación a la frase 94.3 FM presente en la marca registrada, ésta resulta descriptiva pues hace referencia al dial de la emisora que transmite los servicios que la referida marca distingue (*“difusión de programas de radio”*). En ese sentido, dicha frase tampoco será tomada en consideración en el examen comparativo.

Realizado el examen comparativo entre los elementos relevantes del signo solicitado RADIO NUEVA Q ¡QQQUMBIA! y logotipo y de la marca registrada 94.3 FM LA MEGA CUCUCUMBIA y logotipo (certificado N° 55276), se determina que los signos son semejantes.

Signo Solicitado	Marca Registrada
	

En efecto, la semejanza radica en el hecho que las denominaciones QQQUMBIA (signo solicitado) y CUCUCUMBIA (marca registrada) presentan una pronunciación idéntica, en tanto la letra “Q” se pronuncia como “CU”, lo que determina que los signos susciten una impresión fonética, de conjunto, similar. Si bien los signos presentan elementos denominativos adicionales, éstos no resultan suficientes para impedir la semejanza antes descrita.

Desde el punto de vista gráfico, si bien los signos incluyen en su conformación otros elementos figurativos y cromáticos, éstos no resultan suficientes para desvirtuar las semejanzas previamente señaladas, toda vez que el público usuario podría percibir a los signos como provenientes de un mismo origen empresarial o que se trata de variaciones de la misma marca.

#### 3.3.1.3. Conclusión

Por lo anterior, al haberse determinado que los signos se refieren a algunos de los mismos servicios, y dadas las semejanzas existentes entre los mismos, esta Comisión determina que el otorgamiento del registro solicitado es susceptible de producir riesgo de confusión en el público usuario.

#### 3.4. Respecto a la solicitud de registro de la marca RADIO NUEVA QQQUMBIA! y logotipo en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 41 de la Clasificación Internacional

##### 3.4.1 Evaluación del riesgo de confusión

Al respecto, a efectos de determinar el riesgo de confusión se tomará en cuenta lo señalado en el numeral 3.3.1., de la presente resolución.

##### 3.4.1.1. Servicios a los que se refieren los signos en cuestión

En el presente caso, el signo solicitado pretende distinguir educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales; en especial, programas de radio y televisión, producción de programas radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos, espectáculos, fiestas, conciertos, shows en vivo, concursos, actividades de entretenimiento, suministro en línea de programas, videos, música e imágenes, de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

Por su parte, la marca registrada distingue telecomunicaciones en general; difusión de programas de radio, televisión o teatrales, transmisión de espectáculos en vivo,



comunicaciones vía redes mundiales informáticas de comunicación, de la clase 38 de la Clasificación Internacional.

Al respecto, se advierte que:

- Las “actividades deportivas y culturales; en especial, programas de radio y televisión, producción de programas radio y televisión, organización, producción y/o realización de eventos, espectáculos, fiestas, conciertos, shows en vivo, concursos, actividades de entretenimiento, suministro en línea de programas, videos, música e imágenes” que pretende distinguir el signo solicitado se encuentran vinculadas con las “telecomunicaciones en general; difusión de programas de radio, televisión o teatrales, transmisión de espectáculos en vivo, comunicaciones vía redes mundiales informáticas de comunicación” que distingue la marca registrada, toda vez que se trata de servicios complementarios, susceptibles de ser prestados por las mismas personas o empresas y estar dirigidos al mismo sector del público usuario.
- Los servicios de “esparcimiento” que pretende distinguir el signo solicitado se encuentran vinculados con las “telecomunicaciones en general” que distingue la marca registrada, debido a que algunos servicios de telecomunicaciones están orientados al entretenimiento, distracción de las personas, por lo que se trata de servicios complementarios, los cuales pueden ser prestados por las mismas personas o empresas y estar dirigidas al mismo público usuario.<sup>3</sup>

En ese sentido, se cumple uno de los requisitos para que se genere riesgo de confusión en el mercado, quedando por determinar si los signos son, o no, semejantes en grado de confusión.

#### 3.4.1.2. Examen comparativo

Al respecto, resulta de aplicación lo establecido en el numeral 3.3.1.2 de la presente Resolución, en donde se establece la semejanza entre los signos.

#### 3.4.1.3. Conclusión

Por lo anterior, al haberse determinado que los signos se refieren a servicios vinculados, y dadas las semejanzas existentes entre los signos, esta Comisión determina que el otorgamiento del registro solicitado es susceptible de producir riesgo de confusión en el público usuario.

### 3.5. Examen de registrabilidad

Realizado el examen de registrabilidad del signo solicitado se ha determinado que es distintivo y susceptible de representación gráfica, conforme a lo señalado en el artículo 134 de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, encontrándose fuera de las prohibiciones de registro establecidas en el artículo 135 de la referida normativa; sin embargo incurre en la prohibición de registro establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486, por lo que no corresponde acceder a su registro.

<sup>3</sup> Similar criterio utilizado en la Resolución N° 1249-2017/CSD-INDECOPI de fecha 16 de mayo de 2017, recaída en el expediente N° 651638-2016.





PERÚ

Presidencia  
del Consejo de Ministros

INDECOPI



La presente Resolución se emite en aplicación de las normas legales mencionadas y en ejercicio de las facultades conferidas por los artículos 36, 40, 41 y 42 de la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), sancionada por Decreto Legislativo N° 1033, concordante con el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1075 de acuerdo a las modificaciones introducidas al mismo por los Decretos Legislativos N° 1309 y 1397; así como por los artículos 50, 51 y 52 del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

#### **4. DECISIÓN DE LA COMISIÓN**

CONFIRMAR la Resolución N° 19784-2021/DSD-INDECOPI de fecha 08 de julio de 2021, que denegó el registro multiclase de marca de producto y/o servicio solicitado por CRP MEDIOS Y ENTRETENIMIENTO S.A.C., de Perú.

***Con la intervención de los miembros de Comisión: Sandra Patricia Li Carmelino (Vicepresidenta de la Comisión de Signos Distintivos), Nancy Aracelly Laca Ramos y Efraín Samuel Pacheco Guillén.***

Regístrese y comuníquese.

CO.