

TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

SOLICITANTES : XXXX

OPOSITORA : COMPAÑÍA
RADIOFUSIÓN S.A.LATINOAMERICANA DE

Análisis de riesgo de confusión entre signos que se refieren a servicios de la clase 41 de la Nomenclatura Oficial: Inexistencia – Mala fe: No acreditada

Lima, diecisiete de marzo de dos mil veinticinco.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 24 de agosto de 2022, M.A.B.S. (Perú) y H.J.H.N. (Perú) solicitaron el registro de la marca de servicio constituida por la denominación DIVERSION LATINA RADIO WWW.RADIODIVERSIONLATINA.COM y logotipo (se reivindica colores)¹, conforme al modelo, para distinguir educación; formación; servicios de entretenimiento. producción de programas para ser difundidos a través de señales televisivas, radiales y redes informáticas mundiales; organización de eventos y espectáculos musicales; esparcimiento, discotecas, actividades deportivas y culturales; producciones musicales de la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial.



Con fecha 24 de agosto de 2022, Compañía Lationamericana de Radiofusión S.A. (Perú) formuló **oposición** al registro del signo solicitado señalando lo siguiente:

¹ Se aprecian los colores amarillos, verde, celeste, fucsia, naranja, rojo, mostaza, azul y morado.

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOP

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

- (i) Es titular de las siguientes marcas de servicio de la clase 41 de la Nomenclatura Oficial:

Marca	Certificado N°
	86715
	86717
	98158
	103674
LATINA MEDIA	133408
LATINA KIDS	104697
	103610
LATINA TORBELLINO	113837
LATINA NOTICIAS	86721

- (ii) Sus marcas forman parte de una familia de marcas en el cual el elemento común es LATINA.
- (iii) Los signos en conflicto distinguen servicios vinculados.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

- (iv) El elemento central de los signos bajo análisis “LATINA” resultan fonética y gráficamente semejantes.
- (v) El solicitante actuó de mala fe al solicitar el registro de un signo que copia signos distintivos de su marca para realizar actos de competencia desleal, en la modalidad de confusión y explotación de la reputación ajena.
- (vi) El solicitante busca imitar la marca notoria de su empresa que goza de gran reputación.

Con fecha 4 de octubre de 2022, los solicitantes M.A.B.S. y H.J.H.N. absolvieron el traslado de la oposición, señalando lo siguiente:

- (i) La denominación LATINA es de uso común en la clase 41 de la Nomenclatura Oficial y se encuentra registrada a favor de distintos titulares.
- (ii) Los signos bajo análisis en su conjunto resultan diferentes.
- (iii) No se configura un supuesto de familia de marcas a favor de la opositora, toda vez que ya existen otras marcas registradas con la denominación LATINA, en la clase 41.

Mediante Resolución N° 1160-2023/CSD-INDECOPI de fecha 22 de mayo de 2023, la Comisión de Signos Distintivos declaró **INFUNDADA** la oposición formulada por Compañía Lationamericana de Radiofusión S.A. e **INSCRIBIÓ** (entiéndase, **OTORGÓ**) el registro del signo solicitado. Considerando lo siguiente:

Familia de marcas alegada por la opositora

Si bien la opositora cuenta con una pluralidad de registros de marca en los que se incluye la denominación LATINA en la clase 41 de la Nomenclatura Oficial, con lo cual se cumple el elemento objetivo; dicho término no es de exclusividad de la opositora en la clase referida. En ese sentido, no se cumple con el elemento subjetivo para que se configura una familia de marcas a favor de la opositora.

Notoriedad de las marcas alegadas por la opositora

No se ha acreditado que la marca alegada por la opositora goce de la calidad de notoriamente conocida en Perú o en algún País Miembro de la Comunidad Andina, toda vez que la opositora no ha presentado medios probatorios destinados a acreditar el carácter notorio de su marca.

Evaluación de riesgo de confusión

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

- El signo solicitado y las marcas registradas distinguen algunos de los mismos servicios, tales como, educación; formación; servicios de entretenimiento; esparcimiento, actividades deportivas y culturales.
- En la clase 41 de la Nomenclatura Oficial se encuentran registradas diversas marcas a favor de distintos titulares, que incluyen en su conformación la denominación LATINA acompañada de elemento denominativos y/o figurativos adicionales, por lo que tal denominación, por sí sola, no resulta determinante para establecer semejanzas entre los signos confrontados.
- Si en la conformación del signo solicitado y las marcas registradas se aprecia el término LATINA, conforme se precisó previamente, no es posible establecer semejanzas sobre la base de dicho término, toda vez que el signo solicitado incluye otros elementos denominativos, tales como DIVERSION, lo que determina que los signos generen una impresión fonética de conjunto distinta.
- Gráficamente, los signos bajo análisis resultan diferentes.

Conclusión

Si bien se ha determinado que los signos distinguen algunos de los mismos productos y productos vinculados, dado que los signos no resultan semejantes, su coexistencia no será susceptible de producir riesgo de confusión en el público consumidor; por lo que corresponde declarar infundada la oposición formulada en este extremo.

Mala fe – aplicación del artículo 137 de la Decisión 486

De los medios probatorios presentados², no se advierten evidencias ni indicios de las conductas atribuidas a la solicitante por la opositora, por lo que no se ha demostrado ni acreditado que la solicitante actuó de mala fe o con la intención de perpetrar un acto de competencia desleal³.

Consideraciones finales

² Estos son capturas de pantalla de su página web y Facebook.

³ Respecto a los argumentos señalados por la opositora, la Comisión consideró: *que dicha información no resulta determinante para acreditar la conducta maliciosa atribuida por la opositora al solicitante; más aún si se tiene en cuenta que de conformidad con la naturaleza pública de la información del contenido del Registro de Propiedad Industrial que administra la Dirección de Signos Distintivos del INDECOPI, las marcas base de oposición fueron conocidas en el mercado peruano como de titularidad de Nova Zona Libre S.A., debido a que la norma jurídica presume el conocimiento público del contenido del registro. Sin embargo, este solo conocimiento no permite establecer a esta Comisión que la solicitante haya actuado de mala fe o de forma desleal.*

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual****RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI****EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD**

Se tuvo a la vista el registro de las siguientes marcas, mediante el cual se determinó que el registro del signo solicitado no es susceptible de generar riesgo de confusión con las marcas registradas citadas, toda vez que los signos no resultan semejantes:

Marca	Certificado N°
LATINA	83114
FRECUENCIA LATINA SIEMPRE MÁS	86212
LATINA	89774
MAS CHOLA LATINA	26343
ESTRELLA LATINA	3617
DEPORTES FRECUENCIA LATINA	4199
 FRECUENCIA LATINA	29179
LA BANDA LATINA	53077
	103672
LATINA QUE TAL SORPRESA	100451
LatinaLab	100924
LATINA DELAY	86719
LATINA DUAL	92331
LATINA SUPER KIDS	106555

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

LATINA: TODOS LOS DÍAS JUEGA PERÚ	105798
LATINA VERANO EXTREMO	93445
TV SOCIAL LATINA	7266
 ACADEMIA DE BAILE Rumba Latina	90779
ARMONIA LATINA Y SU CUMBIA PODEROSA	142398
 BIO LATINA CERTIFICADORA	119155
CHICA LATINA	7404
 ORQ. B LATINA	107320

Con fecha 27 de junio de 2023, la opositora Compañía Latinoamericana de Radiofusión S.A. interpuso recurso de **apelación** señalando lo siguiente:

- (i) El término LATINA es un signo arbitrario para distinguir servicios de la clase 41.
- (ii) Es titular de una familia de marcas conformada por la denominación LATINA en la clase 41 de la Nomenclatura Oficial.
- (iii) El signo solicitado resulta gráfico y fonéticamente idéntico al elemento central de la marca registrada (LATINA).
- (iv) Los signos en conflicto distinguen servicios vinculados.
- (v) El signo ha sido solicitado de mala fe, toda vez que imita y reproduce el elemento central de las marcas base de oposición "LATINA", el cual se puede comprobar a través de la página web de la solicitante y de su red social Facebook.

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DS

- (vi) Los elementos adicionales que conforman al signo solicitado no lo dotan de distintividad.
- (vii) El solicitante pretende obtener el registro del signo solicitado con el fin de perpetrar, facilitar o consolidar actos de competencia desleal.

Con fecha 16 de octubre de 2023, los solicitantes M.A.B.S. y H.J.H.N. absolvieron el traslado de la apelación, bajo los siguientes argumentos.

- (i) Los signos en comparación son diferentes generando una impresión visual de conjunto diferente.
- (ii) El término LATINA es de uso común en la clase 41, por cuanto existen otras marcas registradas a favor de terceros.
- (iii) Ninguna persona puede tener la titularidad exclusiva de la denominación LATINA, por lo que cualquier persona puede utilizar siempre que tenga elementos distintivos adicionales.
- (iv) La opositora no posee una familia de marcas, toda vez que el término LATINA se encuentra registradas a favor de terceros que no forman parte del presente procedimiento.

II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

La Sala Especializada en Propiedad Intelectual deberá determinar:

- a) Si el signo solicitado DIVERSION LATINA RADIO WWW.RADIODIVERSIONLATINA.COM y logotipo resulta confundible con las marcas base de oposición registrados a favor de la opositora.
- b) Si el signo solicitado ha sido presentado a registro mediando mala fe.

III. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

1. Informe de antecedentes

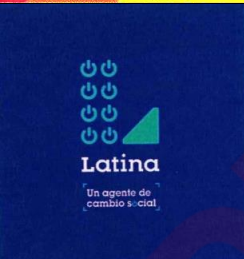
Se ha verificado que:

- a) La opositora, Compañía Latinoamericana de Radiofusión S.A. (Perú) es titular de las siguientes marcas en la clase 41 de la Nomenclatura Oficial:

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

Marca	Certificado N°	Servicios	Vigencia
	86715	Servicios destinados a entretener, recrear, educar, esparcir o formar por medio de cualquier forma o mecanismo; actividades culturales y deportivas; espectáculos de variedades; producción de programas de radio y televisión; producción de películas que no sean publicitarias; producción de espectáculos; producción musical; programas de entretenimiento por radio; programas de entretenimiento por televisión; publicación de libros; publicación de textos que no sean publicitarios; publicación electrónica de libros y periódicos en línea; redacción de guiones; reportajes fotográficos; representación de espectáculos en vivo; servicios de artistas del espectáculo; servicios de entretenimiento; servicios de estudios de grabación	Desde el 23-02-2015 hasta el 23-02-2025
	86717		Desde el 23-02-2015 hasta el 23-02-2025
	98158		Desde el 26-02-2017 hasta el 06-02-2027
	103674		Desde el 27-10-2017 hasta el 27-10-2027
LATINA KIDS	104697		Desde el 15-12-2017 hasta el 15-12-2027
	103610		Desde el 27-10-2017 hasta el 27-10-2027
LATINA NOTICIAS	86721		Desde el 23-02-2015 hasta el 23-02-2025

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

LATINA MEDIA	133408	Educación, formación, servicios de entretenimiento, actividades deportivas y culturales	Desde el 21-09-2021 hasta el 21-0-2031
LATINA TORBELLINO	113837	Servicios de entretenimiento, recreativos, servicios educativos, formativos todos por medio de cualquier forma o mecanismo; actividades culturales y deportivas; espectáculos de variedades; producción de programas de radio y televisión; producción de películas que no sean publicitarias; producción de espectáculos; producción musical; programas de entretenimiento por radio; programas de entretenimiento por televisión; publicación de libros; publicación de textos que no sean publicitarios; publicación electrónica de libros y periódicos en línea; redacción de guiones; reportajes fotográficos; representación de espectáculos en vivo; servicios de artistas del espectáculo; servicios de estudios de grabación	Desde el 04-02-2019 hasta el 04-02-20209

- b) En la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial, se encuentran registradas otras marcas a favor de terceros con la denominación LATINA, conforme se observa:

Marca	Certificado	Vigencia	Titularidad
	137171	04-03-2032	Alfredo Marco Córdova Flores

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

	160960	29-11-2034	José Fermín Bazán Suarez
FURIA LATINA AQP	105572	31-01-2028	José Carlos Japura Cruz
	50336	18-04-2028	The Univision Network Limited Partnership

2. Cuestión previa – Extremo consentido

En la medida que no se cuestionó el extremo de la Resolución N° 1160-2023/CSD-INDECOPI de fecha 22 de mayo de 2023, que determinó que la marca alegada por la opositora no ostenta la calidad de notoriamente conocida en Perú o en algún País Miembro de la Comunidad Andina, el mismo ha quedado consentido, por lo que no corresponde a la Sala pronunciarse al respecto.

3. Familia de marcas

3.1. Marco conceptual

Muchas empresas suelen distinguir diferentes tipos (géneros o especies) de productos de su línea de producción con un término (palabra/ partícula/ figura) común que forma parte de las marcas de dichos productos. Este término común - que puede ser un prefijo o sufijo - es modificado mediante la adhesión o supresión de otras sílabas⁴. De esta práctica resulta que una denominación que contenga el término común es considerada por el consumidor como una

⁴ Tal es el caso de las marcas **BAY**, **BAYGON**, **BAYHIBIT**, **BAYMOD**, **BAYSOL**, **BAYTAN**, **BAYTEX**, **BAYCHROM**, **BAYPREN**, **BAYSTAL**, **BAYFLEX** de Bayer AG o **NESSUCAR**, **NESTLÉ**, **NESCAO**, **NESFIT**, **NESQUICK**, **NESTUM**, **NESTEA** de Société des Produits Nestlé.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

variación más de los signos del titular anterior y, en consecuencia, asume que todos ellos provienen del mismo origen empresarial.

Se admitirá que hay confusión de un signo solicitado con respecto a una familia de marcas si están presentes las siguientes dos condiciones, cuyo cumplimiento debe ser riguroso:

- a) El término común debe poseer tal fuerza distintiva que sirve para indicar el origen empresarial del titular.

El término común debe por sí mismo ser capaz de identificar el origen empresarial, de tal forma que el público crea que todos los signos que llevan este término común provienen del mismo origen empresarial. Sólo en estos casos el público considerará - a pesar de que la impresión de conjunto del signo solicitado sea diferente - que éste es parte de la familia de marcas.

Un término común poseerá por lo general por sí mismo carácter distintivo si el público se ha acostumbrado a que diversos productos o servicios del titular sean distinguidos con la misma partícula o término común. Sin embargo, no es indispensable que el titular tenga como práctica usual identificar sus líneas de productos con signos que lleven el término común. En algunos casos, puede ser que el término común sea tan característico o distintivo o se haya impuesto en el mercado que basta que sólo lo haya usado en un signo para que su uso en signos posteriores haga creer al público que ambas provienen de la misma empresa. También, circunstancias especiales - como la forma en que partes de la denominación han sido reproducidas - pueden hacer creer al público que los signos en cuestión provienen del mismo origen empresarial. En todo caso, si el público aún no está acostumbrado al uso de diferentes signos que contengan el mismo término común, los requisitos a exigirse para aceptar la existencia de una familia de marcas serán más rigurosos.

Si ambas condiciones están presentes, es muy probable que el público consumidor - aunque por la impresión en conjunto de los signos no se vea confundido respecto a la identificación de los productos (confusión directa) - sí considere por la identidad o correspondencia del término común que se trata de

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

otro producto más del titular que suele identificar sus productos con este término común (confusión indirecta).

b) El signo solicitado lleva el término común.

No es necesaria la identidad del término común en el signo solicitado, pero sí por lo menos que éste aparezca en forma substancialmente igual. Pequeñas variaciones, que no modifican substancialmente el término común y que no son percibidas por el público o que puedan ser consideradas como un error en la impresión o en el sonido, no alteran la impresión en conjunto de los signos.

En consecuencia, si dos signos llevan el mismo término común se determinará por la impresión que ellos causen en los consumidores o como son ellos percibidos por los consumidores. Para ello, también se tendrá en cuenta la peculiaridad u originalidad del término común y su independencia respecto al resto de la denominación.

3.2 Aplicación al caso concreto

La opositora Compañía Latinoamericana de Radiofusión S.A. manifestó ser titular de diversas marcas registradas que incluyen en su conformación el término LATINA, por lo que ostenta una familia de marcas a su favor, en la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial.

Marca	Certificado N°
	86715

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

	86717
	98158
	103674
LATINA MEDIA	133408
LATINA KIDS	104697
	103610
LATINA TORBELLINO	113837
LATINA NOTICIAS	86721

En el presente caso, se ha verificado que la opositora Compañía Lationamericana de Radiofusión S.A. tiene registradas a su favor diversas marcas, en la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial, que incluyen en su conformación el término LATINA.

Sin embargo, conforme se aprecia en el Informe de Antecedentes, se ha verificado que dicho término se encuentra presente en la conformación de otras marcas registradas a favor de terceros.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

Por lo expuesto, no es posible sostener que se hayan configurado los supuestos para establecer la existencia de una familia de marcas a favor de la la opositora Compañía Lationamericana de Radiofusión S.A., ya que el término Latina no será asociado por el público usuario únicamente a su empresa.

4. Determinación del riesgo de confusión

El artículo 136 inciso a) de la Decisión 486 establece que no podrán registrarse como marcas aquellos signos que sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Con relación a la figura del riesgo de confusión, cabe tener en cuenta la interpretación prejudicial realizada por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (Proceso N° 198-IP-2015⁵), en la cual se señala lo siguiente:

“Según la Normativa Comunitaria Andina, no es registrable un signo confundible, ya que no posee fuerza distintiva; de permitirse su registro se estaría atentando contra el interés del titular de la marca anteriormente registrada, así como el de los consumidores. Dicha prohibición, contribuye a que el mercado de productos y servicios se desarrolle con transparencia y, como efecto, que el consumidor no incurra en error al realizar la elección de los productos o servicios que desea adquirir”.

De otro lado, en el Proceso N° 423-IP-2015⁶, el Tribunal Andino estableció que: *“Para determinar la existencia del riesgo de confusión será necesario verificar si existe identidad o semejanza entre los signos en disputa, tanto entre sí como en relación con los productos o servicios distinguidos por ellos, y considerar la situación de los consumidores o usuarios, la cual variará en función de los productos o servicios de que se trate, independientemente de la clase a la que pertenezcan dichos productos o servicios.”*

⁵ Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 3269 del 12 de abril de 2018.

⁶ Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2728 del 22 de abril del 2016.

**PERÚ**Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual****RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI****EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD**

En esa línea, el riesgo de confusión debe analizarse teniendo en cuenta la interrelación de los siguientes elementos: a) la similitud o conexión competitiva entre los productos y/o servicios; y, b) la similitud entre los signos, para lo que se deberá tener en cuenta la fuerza distintiva de los signos. En la interrelación de estos elementos se determina el riesgo de confusión.

Así, puede ser que, ante marcas idénticas, en caso de que la marca registrada anterior tenga una fuerza distintiva muy grande, aun con una lejana conexión competitiva, se determine que existe riesgo de confusión. Por otro lado, ante productos o servicios idénticos, cualquier similitud de los signos puede ser suficiente para que exista un riesgo de confusión. Asimismo, puede ser que, a pesar de la similitud de los signos y aunque se determine que existe similitud o conexión competitiva entre los productos o servicios, no se determine un riesgo de confusión, si la marca registrada anterior es muy débil, por lo que cuenta con una protección limitada.

4.1. Respecto de los servicios

Considerando que el extremo de la resolución de Primera Instancia que concluyó que los signos están referidos a algunos de los mismos servicios, no ha sido cuestionado en el recurso de apelación, este ha quedado consentido, por lo que no corresponde pronunciarse sobre dicho extremo.

4.2. Examen comparativo

Para determinar si dos signos son semejantes, se debe partir de la impresión en conjunto que cada uno de ellos pueda suscitar en el público consumidor de los correspondientes productos o servicios.

Por lo general, el consumidor no podrá comparar ambos signos simultáneamente. Más bien, el signo que tenga al frente en un momento determinado va a ser confrontado con el recuerdo más o menos vago que guarde del signo anteriormente percibido. Por ello, al comparar dos signos distintivos, debe considerarse principalmente aquellas características que puedan ser recordadas por el público consumidor.

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

Lo más importante a considerar son las semejanzas y no las diferencias de los signos en cuestión. Las diferencias sólo tendrán influencia en la impresión en conjunto si son tan fuertes frente a las similitudes que dejan un recuerdo en la mente de los consumidores. Estos criterios han sido señalados en reiterada jurisprudencia del Tribunal Andino y más recientemente en el Proceso N° 529-IP-2016⁷.

El recuerdo y capacidad de diferenciación del público dependerán del grado de la atención que usualmente el consumidor medio preste para la adquisición y contratación de los productos o servicios a distinguir.

En este orden de ideas, la impresión en conjunto de signos denominativos (o de aquéllos en los que resulta más relevante el elemento denominativo) se determinará en primer lugar por su aspecto fonético y gráfico. En muchos casos, el aspecto fonético será el más importante porque por lo general la denominación es utilizada en el mercado verbalmente.

Ahora bien, atendiendo a que el signo solicitado y algunas de las marcas base de oposición son de naturaleza mixta, deberá establecerse cuáles son los elementos relevantes que determinan su impresión en conjunto.

En dichos casos, será relevante tanto el aspecto denominativo, por ser la forma cómo se solicitarán los servicios en el mercado, como el gráfico, debido a las características, combinación y distribución de los elementos que los conforman, tal como se aprecia a continuación:

Signo solicitado	Marcas registradas
	 Certificado N° 86715

⁷ Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 3034 del 31 de mayo de 2017.

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPÍ

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

	Certificado N° 86717
	Certificado N° 98158
	Certificado N° 103674
	Certificado N° 103610

Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado y las marcas base de oposición, se advierte lo siguiente:

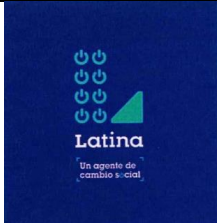
- Fonéticamente, si bien los signos comparten el término (LATINA), en el caso del signo solicitado presenta adicionalmente los términos “DIVERSION RADIO WWW.RADIODIVERSIONLATINA.COM” y en las marcas registradas la letra “L”, los términos “UN AGENTE DE CAMBIO SOCIAL”, “MODO MÚSICA”, “MEDIA”, “KIDS”, “TORBELLINO”, “NOTICIAS”, por lo que en conjunto generan una pronunciación diferente.

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

- Gráficamente, el signo solicitado y las marcas registradas se encuentran conformados por elementos figurativos y cromáticos particulares, por lo que generan una impresión visual de conjunto diferente.

Signo solicitado	Marcas registradas
	 Certificado N° 86715
	 Certificado N° 86717
	 Certificado N° 98158
	 Certificado N° 103674
	 Certificado N° 103610

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

	LATINA MEDIA Certificado N° 133408
	LATINA KIDS Certificado N° 104697
	LATINA TORBELLINO Certificado N° 113837
	LATINA NOTICIAS Certificado N° 86721

4.3. Riesgo de confusión

Si bien los signos comparten el término LATINA no determina que exista riesgo de confusión indirecta, puesto que este, tal como se aprecia en el Informe de antecedentes, forma parte de otras marcas registradas a favor de terceros, lo que determina que la opositora no goza de derechos de exclusiva sobre dicho término.

De acuerdo con lo señalado en el numeral anterior, si bien existe identidad en los servicios a los que se refieren los signos bajo análisis, dadas las diferencias existentes entre los mismos, se determina que es posible su coexistencia pacífica en el mercado sin riesgo de inducir a confusión al público consumidor.

5. Respecto de la mala fe

5.1 Derecho de prelación y buena fe

El artículo 12 del Decreto Legislativo 1075 señala que la prelación en el derecho de propiedad industrial se determinará por el día y hora de presentación de la solicitud de registro. La prelación a favor del primer solicitante supone su buena fe y, en consecuencia, no se reconocerá tal prelación cuando quede demostrado lo contrario.

5.1.1 Concepto y naturaleza jurídica de la buena fe



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

El derecho comparado y la doctrina nacional coinciden en considerar a la *buena fe*⁸ como un principio general del derecho, aunque también se utiliza el concepto para establecer un estándar jurídico o un modelo de conducta a seguir.

De la Puente y Lavalle⁹ señala que la buena fe es considerada en forma consensual por la doctrina como un elemento de la vida que el derecho ha recibido dándole precisiones técnicas para transformarlo en un concepto jurídico. La buena fe no es una creación del legislador, que ha preestablecido su contenido; es la adaptación de un principio inherente a la conducta de los hombres, en la esfera más amplia de todas sus relaciones, que ha sido preciso regular para que sea susceptible de tener efectos jurídicos. Por su parte, Jiménez Vargas-Machuca¹⁰ señala que la buena fe, como principio general del derecho, constituye una vía de comunicación del derecho con la moral social y con la ética, lo cual supone la canalización del derecho hacia sus metas más elevadas.

Agrega la autora nacional últimamente citada que si bien nuestro Código Civil es asistemático en su conceptualización – *al considerarla un principio general interpretativo de los contratos y los actos jurídicos, mientras que, por otro lado, menciona que los contratos se rigen por “las reglas de la buena fe y común intención de las partes”* – la ubica como principio precisamente en la norma que establece la forma como debe interpretarse el acto jurídico¹¹.

Con relación a la propiedad intelectual, el Tribunal Andino ha señalado recientemente en el 12-IP-2015¹² lo siguiente:

⁸La Real Academia Española define a la *buena fe* como el “*criterio de conducta al que ha de adaptarse el comportamiento honesto de los sujetos de derecho*”, mientras que a la *mala fe* la define como la “*malicia o temeridad con que se hace algo o se posee o detenta algún bien*”. Definiciones extraídas del Diccionario de la Lengua Española - Vigésima Segunda Edición, Real Academia Española en www.rae.es.

⁹Citado por Pérez Gallardo, Leonardo en: Código Civil Comentado, Editorial Gaceta Jurídica, Lima-Perú, p. 132.

¹⁰Jiménez Vargas-Machuca, Roxana, “La Unidad del principio general de la buena fe y su trascendencia en el Derecho moderno”. En: Contratación Privada, Jurista Editores, Lima - Perú 2002, pp. 85.

Asimismo, señala que el concepto de la buena fe es generalmente asociado con la rectitud, honradez, buen proceder, buena intención, confianza en la verdad de un acto jurídico, ingenuidad, candor, inocencia, etc. teniendo siempre una connotación loable y sana, socialmente aceptable y deseable.

¹¹Ibidem (nota 10), pp. 83-84.

¹²Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2602 del 12 de octubre de 2015, p. 11.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

“La buena fe es concebida como la convicción o conciencia de no perjudicar a otro o de no defraudar la ley. Lo contrario de la actuación de buena fe es el lograr algo con mala fe, vale decir con procedimientos arteros, faltos de sinceridad o dolosamente concebidos y, sobre todo, con la intención de obrar en provecho propio y en perjuicio del interés ajeno.

En el régimen marcario andino el principio de la buena fe debe regir las actuaciones tanto de quienes solicitan el registro de las marcas como de quienes las impugnan o formulan observaciones a dicho registro. (...).”

En el ámbito administrativo, el TUO de la Ley 27444, Ley del Procedimiento Administrativo General (aprobado por Decreto Supremo N° 004-2019-JUS) establece como uno de los principios en los que se sustenta el procedimiento administrativo (Artículo IV del Título Preliminar) al Principio de buena fe procedimental¹³ (numeral 1.8), por el cual la autoridad administrativa, los administrados, sus representantes o abogados y, en general, todos los partícipes del procedimiento, realizan sus respectivos actos procedimentales guiados por el respeto mutuo, la colaboración y la buena fe. La autoridad administrativa no puede actuar contra sus propios actos, salvo los supuestos de revisión de oficio contemplados en la presente Ley. Ninguna regulación del procedimiento administrativo puede interpretarse de modo tal que ampare alguna conducta contraria a la buena fe procesal, lo que ha sido destacado por comentaristas nacionales y extranjeros¹⁴.

¹³ Artículo IV del Título Preliminar.- Principios del Procedimiento Administrativo

“El procedimiento administrativo se sustenta fundamentalmente en los siguientes principios, sin perjuicio de la vigencia de otros principios generales del Derecho Administrativo:

(...)

1.8. Principio de buena fe procedimental.- La autoridad administrativa, los administrados, sus representantes o abogados y, en general, todos los partícipes del procedimiento, realizan sus respectivos actos procedimentales guiados por el respeto mutuo, la colaboración y la buena fe. La autoridad administrativa no puede actuar contra sus propios actos, salvo los supuestos de revisión de oficio contemplados en la presente Ley.

Ninguna regulación del procedimiento administrativo puede interpretarse de modo tal que ampare alguna conducta contra la buena fe procesal”.

¹⁴ Allan R. Brewer-Carías en su obra “Principios del Procedimiento Administrativo en América Latina” (Ed. Legis, Colombia 2003) señala que la presunción de licitud o inocencia y el principio de la buena fe del interesado se encuentra recogido en la ley peruana en el numeral 1.8 del artículo IV del Título Preliminar (pp. 149-151).



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

5.1.2 Clasificación de la buena fe

Aunque el principio de buena fe goza del atributo de unidad, la doctrina ha establecido una clasificación entre buena fe objetiva y buena fe subjetiva. Esta clasificación responde, en buena cuenta, a las dos formas en que se manifiesta el derecho: como normativa o como facultad¹⁵. Así, la buena fe objetiva se vincula con el cumplimiento de las reglas de conducta establecidas normativamente, mientras que la buena fe subjetiva está asociada con la intencionalidad del agente, en la creencia o ignorancia en la que éste pueda actuar para no dañar un interés ajeno tutelado por el derecho.

Se admite asimismo que el legislador pueda establecer un marco de tratamiento del principio de la buena fe *en sentido negativo* estableciéndose conductas típicas que no son aceptadas en el tráfico mercantil, porque se considera que atentan contra su funcionamiento y el desenvolvimiento de la competencia en el mercado. La primacía del orden público sobre el principio de la buena fe subjetiva se encuentra reflejada en las normas legales sobre la materia¹⁶. Esta disposición ha excluido expresamente de su ámbito la aplicación del artículo 2014 del Código Civil¹⁷.

Asimismo, Juan Carlos Morón Urbina en sus "Comentarios a la Ley del Procedimiento Administrativo General" (Ed. Gaceta Jurídica, Lima - Perú 2003) precisa que, con el acogimiento de la buena fe en la actuación administrativa, el ordenamiento busca la protección a la confianza de la apariencia generada en la otra parte por su propia conducta, al haber generado la confianza razonable o legítima de que no ejercerá dicha facultad o de que la ejercerá de otro modo. Agrega que la buena fe o la confianza legítima, como es conocido este principio en otros ordenamientos, impone el deber de coherencia en el comportamiento propio de las autoridades, los administrados, los representantes y abogados (p. 37).

¹⁵Cfr. José Luis de los Mozos. El Principio de la buena fe. Editorial Bosch, Barcelona 1965, p. 39.

¹⁶La declaración de nulidad de un registro determina, con efectos retroactivos, que ni éste ni la solicitud que lo originó, hayan surtido los efectos previstos en la presente Ley.

Sin enervar la responsabilidad por daños y perjuicios a que hubiera lugar cuando el titular del registro hubiese actuado de mala fe, el efecto retroactivo de la nulidad no afectará:

- a. A las resoluciones sobre infracción de derechos de propiedad industrial que hubiesen quedado consentidas y hubiesen sido ejecutadas antes de la declaración de nulidad; y,
- b. A los contratos de licencia existentes antes de la declaración de nulidad en cuanto hayan sido ejecutados con anterioridad a la misma.

No es de aplicación en los casos de nulidad de un registro lo dispuesto por el Artículo 2014 del Código Civil.

¹⁷Artículo 2014.- El tercero que de buena fe adquiere a título oneroso algún derecho de persona que en el registro aparece con facultades para otorgarlo, mantiene su adquisición una vez inscrito su derecho,



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

5.2 El papel de la buena fe en el sistema competitivo de mercado

5.2.1 Consideraciones generales

La buena fe constituye un principio de observancia general para cualquier relación jurídica. Sin embargo, en el campo del derecho industrial, se manifiesta con un mayor grado de exigencia. Consecuentemente, la actuación de la Administración se orienta hacia el mantenimiento de la seguridad jurídica que reclama el tráfico mercantil, relacionándolo con el fenómeno de la competencia económica y las ramas del derecho que giran dentro de ese entorno, como sucede con el Derecho de la Propiedad Industrial y el Derecho de la Competencia.

Aplicando lo anterior al contexto que nos ocupa, los signos distintivos constituyen el elemento identificador de los productos y servicios existentes en el mercado, que contribuyen de manera significativa a reconocer el origen empresarial que responde por ellos. En tal sentido, debe asegurarse su transparencia en beneficio no sólo de los empresarios que compiten entre sí sino fundamentalmente de los consumidores y/o usuarios que son los últimos beneficiarios de dichos bienes y servicios.

En atención a lo anterior, el empresario que solicite el registro de una nueva marca ha de someterse a un conjunto de normas y reglas jurídicas, entre las que destacan aquellas cuya finalidad esencial no sólo es la de evitar el riesgo de confusión con otras marcas que ya gozan de protección registral sino, además, definir su origen propiciando una conducta leal y honesta por parte de quien solicita el registro de un nuevo signo.

Para que una marca registrada llegue a consolidarse, es necesario que su titular haya obrado de buena fe al momento de solicitar su registro. El comportamiento desleal o de mala fe del titular de la marca registrada supone la ruptura de un principio tan fundamental como es el de la seguridad del tráfico jurídico, cuya

aunque después se anule, rescinda o resuelva el del otorgante por virtud de causas que no consten en los registros públicos.

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

consecuencia ineludible debe ser – *dependiendo en el momento en el que se produzca* – alguna de las siguientes: desconocer el derecho de prelación obtenido por la presentación de su solicitud de registro; denegar el registro en atención a la causal contenida en el artículo 136 inciso d) de la Decisión 486¹⁸; o sancionar con nulidad el derecho de exclusiva obtenido sobre determinado signo.

En el campo de la propiedad industrial no cabe duda de la supremacía del principio de la buena fe subjetiva, puesto que la materia de regulación tiene por objeto conservar la transparencia del mercado, protegiendo tanto los intereses de los competidores como los de los consumidores. Es por ello que la Decisión 486 restringe el acceso de determinados signos al registro a través del establecimiento de prohibiciones absolutas y relativas. Pero también es verdad que regulan en forma objetiva qué tipo de conductas representan actos de mala fe porque atentan contra el desenvolvimiento de la competencia y la transparencia del mercado a través de la actividad deshonesto y desleal en las prácticas comerciales.

5.2.2 La mala fe en la etapa pre y post registral

En nuestra legislación vigente en materia de propiedad industrial, el principio de la buena fe objetiva se encuentra presente en la etapa pre y post registral.

- (i) En la etapa pre-registral se pone de manifiesto a través de la prohibición de registro contenida en el artículo 136 inciso d) de la Decisión 486, según la cual se denegará el registro de un signo cuando el solicitante sea o haya sido un representante, un distribuidor o una persona expresamente autorizada por el titular del signo protegido en el país miembro o en el extranjero¹⁹. En estos casos, la Autoridad denegará el registro de un signo solicitado.

¹⁸Artículo 136.- “No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando: (...)

d) sean idénticos o se asemejen a un signo distintivo de un tercero, siempre que dadas las circunstancias su uso pudiera originar un riesgo de confusión o de asociación, cuando el solicitante sea o haya sido un representante, un distribuidor o una persona expresamente autorizada por el titular del signo protegido en el País Miembro o en el extranjero; (...)”.

¹⁹Dicho supuesto estaba expresamente contemplado en el artículo 113 de la derogada Decisión 344 como un supuesto de mala fe.

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

El supuesto antes descrito no es el único caso de mala fe que puede presentarse al solicitar el registro de un signo distintivo; para los demás supuestos deberá tenerse en consideración que, al no haber una causal de prohibición, no es posible denegar de oficio o a pedido de parte el registro de un signo basado en tales supuestos. Ello resulta aún más relevante si, durante la etapa pre-registral, la actuación de la Administración ha de orientarse especialmente hacia el mantenimiento de la seguridad jurídica que exige el tráfico mercantil.

Ante ello, debe tenerse en consideración que, al haber impuesto la norma legal aplicable en la materia, la carga en la administración de no reconocer la prelación del solicitante cuando quede demostrado que obró sin buena fe y al haber relacionado dicha consecuencia con un derecho (derecho de prelación) cuya vigencia natural es pre-registral, la consecuencia lógica es la de reconocer a los actos de mala fe no contemplados expresamente en el artículo 136 inciso d) de la Decisión 486 como causal de prohibición relativa al registro, cuya aplicación procederá en forma análoga al procedimiento de nulidad.

- (ii) Con relación a la etapa post-registral, el artículo 172 de la Decisión 486 establece que la autoridad nacional competente decretará de oficio o a solicitud de cualquier persona la nulidad relativa de un registro de marca cuando éste se hubiera efectuado de mala fe. Cabe indicar que la Decisión 486 no describe – ni siquiera a título de ejemplo, como sí lo hacía la Decisión 344²⁰ – qué conductas constituyen actos de mala fe por ser reprobables

²⁰El artículo 113 literal c) de la Decisión 344 establecía lo siguiente:

La autoridad nacional competente podrá decretar, de oficio o a petición de parte interesada, la nulidad del registro de una marca, previa audiencia de partes interesadas, cuando:

(...) c) El registro se haya obtenido de mala fe. Se consideran casos de mala fe, entre otros, los siguientes:

1. Cuando un representante, distribuidor o usuario del titular de una marca registrada en el extranjero, solicite y obtenga el registro a su nombre de esa marca u otra confundible con aquella, sin el consentimiento expreso del titular de la marca extranjera.
2. Cuando la solicitud de registro hubiere sido presentada o el registro hubiere sido obtenido por quien desarrolla como actividad habitual el registro de marcas para su comercialización.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

objetivamente, ya que son contrarias a la seguridad jurídica y representan un obstáculo para el desenvolvimiento de la competencia.

Debido a que la noción de mala fe constituye un concepto general, cuyo contenido está representado por una gran diversidad de situaciones que deberán ser analizadas por la Autoridad competente en cada caso concreto, la enumeración de los supuestos que pueden generar la aplicación del concepto de mala fe no puede ser establecida taxativamente.

Frente a esta complejidad de situaciones, conviene mencionar, en términos generales, siguiendo lo establecido en el derecho comparado²¹, que incurre en mala fe quien – *en forma reprobable y valiéndose de una solicitud de registro* – tenga por finalidad alcanzar un derecho formal sobre una marca con la deliberada intención de perjudicar a un competidor.

En este orden de ideas, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado en el Proceso 12-IP-2015²² que:

“(…) para determinar si una persona obró con mala fe es necesario que su actuación sea consecuencia de la intención o de la conciencia de violar una disposición legal o contractual, o causar un perjuicio injusto o ilegal”.

Asimismo, el mencionado Tribunal Andino señala que:

“(…) se presume que todo comportamiento está conforme con los deberes que se desprenden del principio de la buena fe. Por ello, quien afirme su inobservancia debe probarla, para con base en ello deducir las específicas consecuencias jurídicas dispuestas por el ordenamiento. Se presume además que el comportamiento de una persona no se ha desplegado con la intención de causar daño alguno, o de violar una disposición normativa o de abstenerse de ejecutar un deber propio, como resultado de lo cual quien pretenda afirmar lo contrario debe probarlo”.

²¹ Por ejemplo, la jurisprudencia alemana ha establecido que la figura jurídica general del abuso del derecho es aplicable también al derecho de marcas cuando se está ante el supuesto de una solicitud de registro de marca presentada de mala fe. Cfr. Fezer, Markenrecht, 2da. Edición, Munich 1999, pp. 1367 y ss.

²² Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2602 del 12 de octubre de 2015, p. 11.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

6. Aplicación del artículo 137 de la Decisión 486

El artículo 137 de la Decisión 486 señala lo siguiente: *“Cuando la oficina nacional competente tenga indicios razonables que le permitan inferir que un registro se hubiese solicitado para perpetrar, facilitar o consolidar un acto de competencia desleal, podrá denegar dicho registro”.*

De conformidad con lo establecido en el artículo 258 de la Decisión 486, se considera desleal todo acto vinculado a la propiedad industrial realizado en el ámbito empresarial que sea contrario a los usos y prácticas honestos.

Según lo establecido en el artículo 259 inciso a) de la norma comunitaria, constituyen actos de competencia desleal vinculados a la propiedad industrial, entre otros, *“cualquier acto capaz de crear una confusión, por cualquier medio que sea, respecto del establecimiento, los productos o la actividad industrial o comercial de un competidor”.*

Cabe precisar que los actos de competencia desleal no involucran sólo a marcas registradas, sino también a la forma de presentación de los productos en el mercado (*trade dress*).

7. Aplicación al caso concreto

La opositora Compañía Lationamericana de Radiofusión S.A. ha señalado que la solicitante actuó de mala fe al solicitar el registro del signo solicitado, toda vez que imita y reproduce el elemento central de sus marcas base de oposición “LATINA”, por lo que está realizando actos de competencia desleal en la modalidad de confusión y explotación de la reputación ajena. Adjuntó los siguientes medios probatorios:

- Capturas de pantalla de la página web <https://www.radiodiversionlatina.com/> y capturas de pantalla de la red social de Facebook:

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD



De la revisión y análisis de las imágenes en mención se advierte que dichos medios probatorios únicamente consisten, en la página oficial y el perfil de la red social de Facebook de la solicitante, por lo que no resultan suficientes para hacer presumir que, al solicitarse el registro de la marca DIVERSION LATINA RADIO WWW.RADIODIVERSIONLATINA.COM y logotipo, se haya tenido la intención de perjudicar a la opositora obstruyendo su actividad concurrencial para obtener un beneficio económico con dicha conducta, más aún si se tiene en cuenta que se



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

ha determinado que los signos bajo análisis no resultan confundibles y que la opositora no goza de un derecho de exclusiva sobre el término LATINA.

Asimismo, la Sala considera necesario recordar que el hecho de que una persona solicite y/u obtenga el registro de una marca que se considere **que resulta** similar a otro signo distintivo anteriormente registrado, no configura por sí solo un acto de mala fe, ya que para ello es necesario acreditar, a través de medios probatorios idóneos, que la solicitante ha tenido la intención de perjudicar al titular y obtener un provecho ilícito a través del registro cuestionado.

En efecto, no basta con que dos signos sean idénticos o similares para concluir que se configura una conducta desleal, toda vez que hace falta que, además, se transgreda uno de los deberes de la leal y limpia competencia comercial.

Por último, corresponde señalar que la conducta desleal no debe ser simplemente invocada, sino que quien señala la existencia de mala fe debe acreditarla en forma efectiva, así como también el perjuicio causado; lo cual no ha ocurrido en el presente caso.

Por otro lado, el pretender obtener el registro de un signo no configura por sí sola una conducta de mala fe, toda vez que se encuentra dentro del normal ejercicio del derecho a solicitar el registro de signos, conforme a lo previsto en las normas de la materia (Decisión 486).

Por tanto, no habiéndose desvirtuado la presunción de buena fe con la que deben actuar los agentes económicos en el mercado; corresponde declarar infundado este extremo de la oposición.

8. Conclusión

Por las consideraciones expuestas, teniendo en cuenta lo señalado en la presente resolución, el registro del signo solicitado no se encuentra incurso en las prohibiciones de registro previstas en los artículos 136 incisos a) y 137 de la Decisión 486 y tampoco ha sido solicitado de mala fe, por lo que corresponde acceder a su registro.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual**

RESOLUCIÓN N° 0450-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 958025-2022/DSD

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

Primero.- Declarar INFUNDADO el recurso de apelación interpuesto por la opositora Compañía Lationamericana de Radiofusión S.A.

Segundo.- CONFIRMAR la Resolución N° 1160-2023/CSD-INDECOPI de fecha 22 de mayo de 2023, que OTORGÓ el registro de la marca de servicio constituida por la denominación DIVERSION LATINA RADIO WWW.RADIODIVERSIONLATINA.COM y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo, solicitado por M.A.B.S. (Perú), para distinguir educación; formación; servicios de entretenimiento. producción de programas para ser difundidos a través de señales televisivas, radiales y redes informáticas mundiales; organización de eventos y espectáculos musicales; esparcimiento, discotecas, actividades deportivas y culturales; producciones musicales de la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial.

Con la intervención de los Vocales: María Ángela Sasaki Otani, Sylvia Teresa Bazán Leigh, José Carlos Bellota Zapata y Carlos Hugo Mendiburu Díaz

MARÍA ÁNGELA SASAKI OTANI
Presidenta de la Sala Especializada en Propiedad Intelectual

/lr.