

## ***ALCANCES SOBRE EL CRITERIO DE EXTENSIÓN GEOGRÁFICA DE USO DEL NOMBRE COMERCIAL POR PARTE DEL INDECOPI***

**Abog. Johaan Alejandro Renteria Carrera<sup>1</sup>**

**Mgr. Erik Francesc Obiol Anaya<sup>2</sup>**

### **RESUMEN**

La presente investigación tiene como fin abordar un tema propio del Derecho de Propiedad Intelectual, específicamente, uno referido a la Propiedad Industrial, como es el Nombre Comercial; para lo cual, debe indicarse que existe un conflicto entre el uso de este signo y el registro de otro signo distintivo como es la marca.

Por ello, el presente trabajo determinará la forma en la que el derecho de exclusividad sobre el nombre comercial se ve influenciado por la aplicación de un criterio que el Instituto Nacional de la Defensa de la Competencia (INDECOPI, en adelante) viene utilizando; el mismo que determinará la protección del nombre comercial, pero sin contar con un sustento normativo.

Siendo así, la investigación se ha desarrollado a través de dos capítulos en el marco teórico, el primero de ellos referido, estrictamente, al contenido del Nombre Comercial, tanto en la doctrina como en la Jurisprudencia; y el segundo capítulo trata lo referido al Ejercicio Exclusivo del Derecho de Propiedad Industrial.

Asimismo, se cuenta con el análisis de las resoluciones emitidas por la Sala de Propiedad Intelectual del INDECOPI y las resoluciones emitidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina; aunado a ello, se tiene el aporte brindado por abogados peruanos, especialistas en Propiedad Intelectual, los mismos que, conjuntamente con la doctrina y jurisprudencia, esclarecen aún más las cuestiones sobre el Nombre Comercial.

### **ABSTRACT**

This research aims to address a proper subject of Industrial Property Law, as is the Tradename and must be noted that the scope of protection is not regulated in national or supranational legislation, persisting a conflict between the use of this sign and the registration of a trademark. So, this study will determine how the exclusive right to the

---

<sup>1</sup>Candidato al grado de magister en derecho Constitucional y Administrativo por la Universidad Nacional de Trujillo.

<sup>2</sup> Docente de la Escuela de Postgrados Universidad Nacional de Trujillo.

trademark is affected by the application of a criterion, that determine the protection of the tradename, but without regulatory support.

In addition, this research has two chapters, the first one is about the content of the tradename, both in doctrine and case law, and the second one is about the exclusive rights to the tradename.

Also, this project has the analysis of the Resolutions issued by the Board of Intellectual Property and the Resolutions issued by the Court of Justice of the Andean Community; counting also with the commentaries from two specialists in Intellectual Property, to clarify even further the scope of the Tradename.

## I. INTRODUCCIÓN

En la actualidad, los derechos de propiedad industrial constituyen un valor importante en el ciclo comercial de las empresas dentro del mercado; encontrándonos con el derecho de la propiedad industrial, que regula los aspectos sobre el registro de patentes, marcas, lemas comerciales, nombres comerciales, etc.

El INDECOPI, de acuerdo al artículo 2.1. del Decreto Legislativo 1033 y el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1075<sup>3</sup>, Decreto Legislativo que aprueba disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el régimen común sobre Propiedad Industrial (en adelante, Decreto Legislativo N°1075) es el órgano encargado de velar por los derechos de la propiedad industrial, entre otros, a través de sus tribunales regidos por sus normas especiales, pudiendo establecer criterios interpretativos de alcance general a efectos de dar solución a una determinada controversia; siendo así, la legislación peruana sobre Propiedad Industrial se encuentra regulada en el D.L. N° 1075, siendo este la fuerte normativa más cercana para normar a dos figuras del derecho que, debido a su importancia, confluyen en el mundo jurídico, guardando una relación estrecha con el mercado actual, como son las marcas y los nombres comerciales; figuras que a pesar de ser reconocidas por su destacada injerencia en el mundo económico y, teniendo en cuenta que lo busca proteger el derecho de propiedad intelectual es el talento creativo y/o el intelecto humano, presentan ciertas desigualdades, que merecen ser materia de cuestionamiento en la presente investigación.

---

<sup>3</sup> **DECRETO LEGISLATIVO N° 1033, el cual indica en su Artículo 2.- Funciones Generales del INDECOPI.-** El INDECOPI rige su funcionamiento con arreglo a las normas de su Ley de Organización y Funciones aprobada por Decreto Legislativo N° 1033, Ley sobre Facultades, Normas y Organización aprobada por Decreto Legislativo N° 807 y normas complementarias que establecen la competencia funcional de sus órganos resolutivos. Son funciones generales del INDECOPI:  
h) Administrar el sistema de otorgamiento y protección de los derechos de propiedad intelectual en todas sus manifestaciones, en sede administrativa, conforme a lo previsto en la presente Ley; (...)

Aunado a lo anterior, según Águila. C y Gallardo.M (Aguila & Gallardo, pag.41, 2011), se debe entender por “marca” como aquel signo distintivo apto para distinguir productos y servicios y que es susceptible de representación gráfica; siendo la inscripción registral, el acto administrativo que da origen al derecho sobre la marca, es decir, se consagra un sistema constitutivo, contando la marca a partir de su registro con protección en todo el territorio nacional.

En ese sentido, el “nombre comercial” se equipara con la marca; sin embargo, esta aparente similitud, no resulta ser cierta, pues el denominado “nombre comercial” es un signo que sirve para identificar a una persona jurídica dentro del ejercicio de la actividad económica que realiza, el mismo que se encuentra protegido en virtud de su primer uso en el mercado, pudiendo registrarse como la marca, pero siendo su registro sólo declarativo, debiendo acreditar necesariamente el primer uso en el mercado.

Para basarnos en una situación real, podemos partir de lo resuelto por Sala Especializada en Propiedad Intelectual, mediante Resolución 0061-2013/TPI-ÌNDECOPI, respecto a la nulidad de registro de marca de producto concedida bajo la vigencia de la Decisión 486 y el Decreto Legislativo N° 823<sup>4</sup> – Uso de Nombre comercial por parte de la accionante: Acreditado. En este caso, se aprecia el conflicto que surge entre Don Emilio Bodegas y Viñedos S.A.C. que solicitó la nulidad del registro de la marca de producto DON EMILIO, que fuera otorgada a favor de Inversiones Colombia S.A.C. sustentándose el accionante que el registro de la marca DON EMILIO estaría contraviniendo su nombre comercial, para lo cual acredita que fue quien usó primero dicho nombre comercial (teniendo en cuenta que el nombre comercial no tiene que ser obligatoriamente registrado, y sí la marca).

Finalmente, la Sala resuelve confirmando la Resolución que declaró fundada la nulidad; sin embargo, vemos que dentro de esta Resolución la Sala aplicó distintos criterios que permitieron que la nulidad progrese y sea concedida, siendo uno de ellos el referido al Ámbito Territorial de protección del nombre comercial, en el que se señala que la extensión territorial o la influencia efectiva sí influirá sobre los alcances de los derechos sobre el nombre comercial respecto a terceros; asimismo, también aplica el criterio de la Extensión geográfica del uso, que tiene que ver con la amplitud de la zona de influencia geográfica del nombre comercial para ser calificado como relevante y, por lo tanto, merecedor de protección y que la nulidad sea declarada a su favor.

Entonces, a criterio de la Sala no puede otorgarse una protección a nivel nacional a un nombre comercial por considerarlo peligroso para el comercio y la economía peruana,

---

<sup>4</sup> Ley de Propiedad Industrial

señalando que los nombres comerciales sólo tienen efectos concretos en la medida que sean conocidos en un marco territorial limitado; sin embargo, dentro de la misma resolución se afirma que el campo de protección territorial de un nombre podrá extenderse conforme vaya incrementando su ámbito de difusión y donde existan razones concretas para la misma, pero ¿cuál sería el escenario si un nombre comercial que a inicios del año no puede consolidarse rápidamente en el mercado y, una vez consiguiéndolo a fines del mismo no puede usarlo sin generar confusión, debido a que una marca ya aparece en el registro con sus mismas características y constituido su derecho(el de la marca) antes de consolidarse como tal (el nombre comercial)?

Dicho esto, y teniendo en cuenta que, actualmente el D.L. 1075 no contiene una protección expresa que indique cuál es el ámbito de protección del nombre comercial, los criterios utilizados en esta Resolución dejan de lado a aquellas personas jurídicas que, mediante su creatividad logran establecerse en un mercado competitivo y exigente mediante su nombre comercial, si es que no logran establecer un área de influencia relevante que les permite la protección de su derecho; además, si bien el uso de criterios de la Sala basados van busca cubrir dicho vacío normativo, los mismos no se han establecido de manera uniforme y contemplando las distintas situaciones hipotéticas que el mundo económico trae consigo, por lo que vale preguntarse: ¿debe implementarse el D.L. 1075 con el acápite referido al ámbito de protección del nombre comercial?, ¿merecería esta figura un tratamiento aparte?

Por todo ello, la presente investigación se orienta a establecer los efectos que tiene para el titular del nombre comercial el no contar con una regulación referida al ámbito de protección del mismo.

Así las cosas, se ha formulado el siguiente problema: ¿De qué manera la aplicación del criterio de la Extensión Geográfica del Uso del Nombre Comercial por el INDECOPI para la solución de conflictos de registro entre marca y nombre comercial, influye en el ejercicio exclusivo del derecho de propiedad industrial del titular de un nombre comercial?

### **Justificación**

La justificación de la presente investigación se basa en la necesidad de establecer cuál es el ámbito de protección del nombre comercial, pues la actual legislación no lo regula; por ello, surgen controversias respecto al uso de un nombre comercial ante el registro de una marca; siendo que, con el esclarecimiento de aquel vacío, se pretende disminuir el conflicto respecto al uso del nombre comercial y el registro de la marca.

La justificación de esta investigación también halla fundamento en la necesidad de prevenir que los administrados se expongan a trámites y procedimientos que puedan resultar en costos elevados, al momento de dilucidar la controversia; y bajo esa misma línea, salvaguardar los derechos que le corresponden a aquellos empresarios y/o microempresarios que encaminen sus negocios en el mercado bajo la distintividad de su nombre comercial.

Además, generaría nuevos estudios sobre los alcances del nombre comercial, el estudio de la implementación de nuevos sistemas de registro, dando oportunidad a la aplicación de distintas teorías o sistemas sobre la protección del nombre comercial que son usadas en otra legislación (extranjera, por ejemplo). Por último, los temas que provienen de una rama como es la propiedad industrial son de vital importancia en la actualidad y forman parte de la realización económica de una persona jurídica que busca establecerse en el mercado.

### **Limitaciones**

Las limitaciones que presenta la investigación tienen que ver con la falta de bibliografía en la que se analice el ámbito de protección del nombre comercial en nuestro país, ya que, si bien existe bibliografía acerca del derecho de propiedad industrial no se ha estudiado de manera extensa su ámbito de protección, sino de manera general, tomando en consideración los aspectos que regulan tanto la Decisión 486 como el Decreto Legislativo N°1075.

Sin embargo, aquello no amerita que esta investigación no tenga sustento ya que existen controversias resueltas por el INDECOPI en las que, los criterios aplicados, no tienen una fuente normativa a la que pueda recurrirse ya que el ámbito de protección del nombre comercial no se ha consignado en nuestra normativa de propiedad industrial

### **Objetivo General**

Determinar de qué manera la aplicación del criterio de la Extensión Geográfica del Uso del Nombre Comercial por el INDECOPI, para la solución de conflictos de registro entre marca y nombre comercial, influye en el ejercicio exclusivo del derecho de propiedad industrial del titular de un nombre comercial.

### **Objetivos Específicos**

- Determinar la importancia del nombre comercial en la actividad económica.
- Identificar los derechos de propiedad industrial que ejerce el titular del nombre comercial.
- Explicar los criterios empleados por el Indecopi que aplica en las controversias entre el registro de la Marca y el uso del nombre del nombre comercial.

## **II. SOBRE LOS MATERIALES Y MÉTODOS**

El diseño de la presente investigación es de tipo no experimental pues las variables consignadas no han sido manipuladas anteriormente, observándose las mismas tal y como se han dado en su contexto natural. Dentro de este tipo, la presente investigación es Descriptiva, debido a que se busca explicar las variables y su incidencia de manera individual, a fin de describir y analizar e interpretar la figura jurídica del Nombre Comercial.

Asimismo, la descripción de la información que contiene la presente investigación se realizó teniendo en cuenta el enfoque cualitativo, analizando la naturaleza del nombre comercial, sus características y diferencias con la marca; así como la influencia de la ausencia del ámbito de protección territorial, para ello se ha consignado información necesaria para entender los aspectos importantes que deben ser tomados en cuenta para determinar la afectación provocada por la ausencia del ámbito de protección del nombre comercial en nuestra legislación en el desarrollo del mismo en el mercado peruano.

### **Material de estudio:**

#### **Unidad de estudio.**

- La unidad de estudio para la presente investigación se verá compuesta por los aportes de los operadores del derecho especialistas en Derecho de Propiedad Industrial, cuyas acotaciones serán de vital importancia para determinar los alcances de las figuras jurídicas analizadas en el presente trabajo de investigación
- También constituyen parte de dicha unidad, las Resoluciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y Propiedad Intelectual, donde se establecen las diferencias entre nombre comercial y marca y se aplican los criterios al suscitarse los conflictos entre nombre comercial y marca. Asimismo, también se tiene en cuenta a las Resoluciones emitidas por el Tribunal Andino donde se establece la verdadera naturaleza del nombre comercial y cuáles son las características que determinan su protección.

### **Población.**

- Abogados expertos en derecho de propiedad intelectual: Funcionarios del Instituto de Defensa de la Competencia y Propiedad Intelectual (INDECOPI) y abogados que ejercen docencia universitaria en materia de propiedad intelectual en las universidades de la localidad.
- Resoluciones del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual – Sala Especializada en Propiedad Intelectual del INDECOPI.
- Resoluciones del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en donde se realice la interpretación de las normas que regulan al nombre comercial.

### **Muestra.**

La presente muestra es de tipo no probabilística y basada en el análisis cualitativo correspondiente a dos entrevistas a especialistas en la materia, así como de las resoluciones 0061-2013/TPI-INDECOPI; Resolución N°449-2013/TPI-INDECOPI; Resolución N°014-2013/TPI-INDECOPI; Proceso 142 – IP – 2013; Proceso 014 – IP – 2013; Proceso 099 – IP – 2014.

### **Técnicas, procedimientos e instrumentos para recolectar datos.**

**Análisis Documental.-** Se analizaron documentos escritos como son libros, doctrina, artículos y revistas vía web para la formación del presente proyecto, que constituyen parte fundamental del contenido del mismo. Para ello, la búsqueda de la documentación se realizó de manera personal, iniciando la búsqueda en fuentes de internet y, posteriormente a las bibliotecas de la localidad, para después analizar lo obtenido

**Análisis Jurisprudencial.-** Se analizará jurisprudencia emitida por la Sala Especializada en Propiedad Intelectual del Indecopi a efectos de extraer aquellos criterios empleados en la práctica, los mismos que constituyen una parte fundamental en la presente investigación.

**Entrevista.-** El procedimiento consistirá en acudir a la persona que forma parte de la muestra establecida, en la fecha que disponga el entrevistado, a fin de hacerle las preguntas de manera directa, a fin de grabar y tomar apuntes de lo contestado por el mismo

## **III. RESULTADOS**

**Del Análisis Jurisprudencial**

<p><b>Resolución N° 0061- 2013/ TPI- INDECOPI</b></p>	<p><b>TRIBUNAL DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</b></p> <p><b>Sala Especializada en Propiedad Intelectual</b></p>	
<p><b>EXPEDIENTE N° 404288- 2009</b></p>	<p><b>Accionante: Don Emilio Bodegas y Viñedos S.A.C.</b></p> <p><b>Emplazado: Inversiones Colombia S.A.C.</b></p>	
<p><b>Acción de nulidad de registro de marca de producto concedida bajo la vigencia de la Decisión 486 y el Decreto Legislativo 823 – Uso de Nombre Comercial por parte de la accionante : Acreditado</b></p>		
<p><b>ANTECEDENTES</b></p>	<p><b>CRITERIO APLICADO EN LA RESOLUCIÓN: EXTENSIÓN GEOGRÁFICA DELUSO</b></p>	<p><b>CONCLUSIONES</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>03/11/2009:</b> Don Emilio Bodegas y Viñedos S.A.C. solicitó la nulidad del registro de la marca del producto DON EMILIO otorgada a favor de Inversiones Colombia S.A.C.</li> <li>• Desde el año 2007, el accionante ha venido utilizando en su nombre comercial la denominación “DON EMILIO BODEGAS Y VIÑEDOS”.</li> <li>• Con fecha posterior, la Dirección de Signos Distintivos otorgó el Registro de la marca de producto DON EMILIO para distinguir bebidas alcohólicas.</li> <li>• Acreditando que su empresa se encuentra afectada con el registro de dicha marca, el accionante solicita la nulidad del registro de la marca DON EMILIO.</li> <li>• Mediante Resolución N°1575-2010/CSD-INDECOPI se declaró improcedente la nulidad debido a que, para ese entonces (2009) la accionante debía acreditar que a la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para dar solución al presente conflicto, es decir, el registro de una marca y un nombre comercial previamente utilizado, señala la Sala que debe establecerse si la amplitud de la zona de influencia geográfica de este último signo distintivo puede lograr la nulidad del registro de la marca en cuestión. Para lo cual, resulta necesario determinar si el nombre comercial del accionante era lo suficientemente relevante como para haber evitado el otorgamiento del registro de la mencionada marca.</li> <li>• Además, de la revisión de las pruebas se advierte que el nombre comercial del accionante cuenta con un local en Lima y las facturas que acreditan su uso son emitidos a favor de personas naturales y jurídicas ubicadas en más</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el presente caso, puede apreciarse que, la aplicación del criterio antes señalado para confirmar la Resolución que declara fundada la nulidad, resulta ser uno de las razones por las cuales no debería considerarse como irrelevante el área económica o geográfica del nombre comercial, demostrando, por lo contrario, un amplio ámbito de influencia geográfica.</li> <li>• Sin embargo, para la aplicación de ese criterio no se exponen los fundamentos legales que contienen o permiten su aplicación, es decir, aquellos que se encuentran regulados en el Decreto Legislativo 1075 o en la Decisión 486 de la Comunidad Andina</li> </ul>

<p>fecha de interponer la nulidad, seguía utilizando dicho nombre comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>18/08/2010:</b> La accionante interpone recurso de reconsideración, acreditando que el nombre comercial ha sido utilizado con fecha previa y con fecha posterior a la nulidad presentada.</li> <li>• Mediante Resolución N°1849-2011/CSD, la CSD declaró fundado el recurso de reconsideración y fundada la nulidad interpuesta, interponiendo Inversiones Colombia S.A.C. recurso de apelación.</li> </ul>	<p>de 07 distritos. Además de contar con transacciones con empresas y personas domiciliarias en el balneario de Asia y Chile.</p>	
--	---	--

<p><b>Resolución N° 0449 - 2013/ TPI- INDECOPI</b></p>	<p><b>TRIBUNAL DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</b> <b>Sala Especializada en Propiedad Intelectual</b></p>
<p><b>EXPEDIENTE N° 357771- 2008</b></p>	<p><b>Solicitante: Carlos Alejandro Jumpa Cerrón</b> <b>Opositoras: CALIBRA S.A.C. y GAS NATURAL DE LIMA Y CALLAO S.A.</b></p>

**Nulidad de Acto de Administrativo: Infundada – Uso de nombre comercial: Acreditado – Riesgo de confusión entre signos que distinguen servicios y actividades económicas de la clase 37 de la Nomenclatura Oficial: Existencia**

<p><b>ANTECEDENTES</b></p>	<p><b>CRITERIO APLICADO EN LA RESOLUCIÓN: EXTENSIÓN GEOGRÁFICA DELUSO</b></p>	<p><b>CONCLUSIONES</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>20/06/2008:</b> Carlos Jumpa solicita el registro de la marca constituida por el logotipo conformado por la denominación CALIBRA.</li> <li>• <b>11/12/2008:</b> Calibra S.A.C. representada por Victoria Vizurraga, formuló oposición al registro de dicha marca, argumentando que se identifica bajo el nombre comercial CALIBRA S.A. y que se dedica a</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Para dar solución al conflicto, el Indecopi utiliza, nuevamente, el criterio estudiado, argumentando que el Nombre Comercial en el Perú es protegido dentro de su zona de influencia económica, estableciendo que la Sala que, el titular de un nombre comercial podrá oponerse al registro</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el caso, la aplicación del criterio antes señalado para reconocer el derecho de un titular de un nombre ante el registro de un marca, toma en consideración la influencia económica que ha ido desarrollando dicho signo.</li> </ul>

<p>brindar servicios de la clase 37, al igual que el titular de la marca.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>15/12/2008:</b> Gas Natural de Lima y Callao S.A. formuló oposición al registro del signo señalando que es titular de las marcas CÁLIDDA Y CÁLIDDA GAS NATURAL DEL PERÚ.</li> <li>• Mediante Resolución N° 2520-2009/CSD-INDECOPI, se declara improcedente la oposición formulada por Calibra S.A.C, declaró infundada la oposición formulada por Gasa Natural de Lima y Callao S.A. y otorgó el registro de signo solicitado.</li> <li>• <b>30/09/2009: Calibra S.A.C. apela dicha Resolución, proporcionando nuevos medios probatorios que acreditan el uso continuo de su nombre comercial. Del mismo, modo Gas Natural de Lima y Callao apeló dicha Resolución.</b></li> <li>• Mediante Resolución N°1562-2010/TPI-INDECOPI, la Sala de Propiedad Intelectual revocó la resolución que declaró improcedente la oposición formulada por Calibra S.A.C. y, en consecuencia, dispuso devolver los actuados a Primera Instancia para que emita el pronunciamiento respectivo y dejó sin efecto la Resolución N°2520-2009/CSD-INDECOPI en el extremo que otorgó la marca de producto CALIBRA.</li> <li>• Mediante Resolución N° 2080-2011/CSD-INDECOPI, la CDS declaró fundada la oposición formulada por Calibra S.A.C.y denegó el registro de la marca antes referida.</li> <li>• <b>21/09/2011: Carlos Alejandro Jumba Cerrón interpuso recurso</b></li> </ul>	<p>de una marca cuando el ámbito geográfico de influencia económica abarque casi todo el territorio peruano.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Parafraseando a la Sala , respecto a dicha Resolución se tiene que: “Aquellos nombre comerciales que no tienen mayor trascendencia geográfica, aun cuando demuestren un uso anterior, no podrán lograr la denegatoria del registro de una marca”.</li> <li>• Además, de la revisión de las pruebas se advierte que el nombre comercial del opositor cuenta con un local en Lima (Surquillo) y los comprobantes de pago y las cotizaciones presentadas que acreditan su uso son emitidos a favor de personas naturales y jurídicas ubicadas en 05 distritos de Lima y Callao. Además de contar con transacciones con empresas de los distintos departamentos del Perú, demostrado que existe un alcance que va más allá del distrito donde se ubica su local.</li> <li>• Concluye que, se ha evidenciado que dicho nombre comercial se ha extendido de forma considerable en diversas zonas del territorio nacional.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sin embargo, no se establecen cuáles son aquellos parámetros para medir la trascendencia geográfica de dicho nombre comercial.</li> <li>• Tampoco se aprecia que la aplicación de dicho criterio se sustente de manera legal, es decir, su fundamento no está afianzado en la norma que regula la propiedad industrial, como pueden ser la Decisión 486 de la Comunidad Andina o el Decreto Legislativo 1075 que recoge lo estipulado en la Decisión Andina.</li> </ul>
--	--	--

de apelación contra dicha Resolución.		
---------------------------------------	--	--

<b>Resolución N0014-2013/ TPI- INDECOPI</b>	<b>TRIBUNAL DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL</b>
	<b>Sala Especializada en Propiedad Intelectual</b>
<b>EXPEDIENTE N°485327 – 2012</b>	<b>Solicitante: Constructora e Inmobiliaria ICASA Sociedad Anónima Cerrada</b>

**Riesgo de confusión entre nombre comercial solicitado y marca registrada referidos a productos de la clase 36 de la Nomenclatura Oficial: Existencia.**

<b>ANTECEDENTES</b>	<b>CRITERIO APLICADO EN LA RESOLUCIÓN: EXTENSIÓN GEOGRÁFICA DELUSO</b>	<b>CONCLUSIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>02/03/2012:</b> Constructora e Inmobiliaria Icasa Sociedad Anónima Cerrada (Perú) solicitó el registro del nombre comercial ICASA CONSTRUCTORA E INMOBILIARIA y logotipo.</li> <li>• Mediante Resolución N°11982 - 2012/DSD-INDECOPI la DSD denegó de oficio el registro de dicho signo, ya que se encuentran registradas las marcas INCASA EMPRESA ADMINISTRADORA HIPOTECARIA.</li> <li>• <b>22/08/2012:</b> Constructora e Inmobiliaria Icasa Sociedad Anónima Cerrada interpuso recurso de reconsideración señalando que la DSD no otorga el registro del signo solicitado pese a que el nombre comercial se usó antes del registro de la marca y que ha solicitado la cancelación de la marca por falta de uso de la misma, además, señala que dichas marcas distinguen servicios distintos.</li> <li>• Mediante proveído de fecha 04/01/2010 la DSD calificó el recurso impugnativo presentado por</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Dentro de la Resolución analizada, la Sala expresa determinados puntos sobre las diferencias entre el Nombre Comercial y la Marca, estableciendo que el Nombre Comercial si bien se encuentra protegido en virtud de su uso, sin que sea necesario el registro mismo, el cual tiene efectos declarativos; estableciendo que el mismo cuenta con ámbito de tutela la extensión territorial en la que tiene una influencia efectiva.</li> <li>• Asimismo, la Resolución contempla que ante la existencia de un conflicto entre un nombre comercial anteriormente utilizado y la solicitud del registro de una marca, se debe considerar que en el Perú, el nombre comercial es protegido dentro de su zona de influencia</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el caso, la aplicación del criterio antes señalado para reconocer el derecho de un titular de un nombre ante el registro de una marca, toma en consideración la influencia económica que ha ido desarrollando dicho signo.</li> <li>• La Resolución contempla que en el Perú el ámbito de protección del nombre comercial se determinará según la trascendencia geográfica de dicho nombre comercial; sin embargo, no se establece cuál es fundamento legal para tal criterio, es decir, su fundamento no está afianzado en la norma que regula la propiedad industrial, como pueden ser la Decisión 486 de la</li> </ul>

<p>Constructora e Inmobiliaria Icasa Sociedad Anónima Cerrada como un re</p>	<p>geográfica ; por lo que, la Sala es de opinión que el titular de una nombre comercial sólo podrá oponerse al registro de una marca idéntica o similar a su signo; concluyendo que, aquellos nombre comerciales que no tengan mayor trascendencia geográfica, aun cuando demuestren un uso anterior, no podrán lograr la denegatoria del registro de la marca.</p>	<p>Comunidad Andina o el Decreto Legislativo 1075 que recoge lo estipulado en la Decisión Andina.</p>
--	--	---

<p><b>Proceso 014-IP-2013</b></p>	<p><b>TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA</b></p>	
<p><b>Proceso Interno N° 2010 – 00540</b></p>	<p><b>Actor: sociedad MULTIPORT E.U.</b></p>	
<p><b>Interpretación Prejudicial de los artículos 150,190 y 191 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina</b></p>		
<p><b>ANTECEDENTES</b></p>	<p><b>ALCANCE DEL NOMBRE COMERCIAL</b></p>	<p><b>CONCLUSIONES</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El 5 de febrero de 2008, la sociedad TRANSMARES LOGÍSTICA LTDA. TM LOGISTICS LTDA. presentó, ante la División de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio dos solicitudes de registro como marca del signo MULTIPORT (mixto), para distinguir servicios comprendidos en las Clases 35 y 39 de la Clasificación Internacional de Niza.</li> <li>• 2. El extracto de la solicitud fue publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N° 590 de 31 de marzo de 2008. Contra dicha solicitud no se presentaron oposiciones.</li> <li>• Por Resolución N° 30228 de 25 de agosto de 2008, la División de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• En el presente caso, el Tribunal procede a interpretar lo relacionado al nombre comercial, en virtud a que la demanda se presentó sobre la base del nombre comercial MULTIPORT E.U.</li> <li>• Los artículos 191, 192 y 193 establecen el sistema de protección al nombre comercial. De donde se evidencia que dicha protección puede derivar de su registro o depósito o de su uso efectivo.</li> <li>• El artículo 191 otorga el derecho al uso exclusivo del nombre comercial a partir de su primer uso en</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El nombre comercial identifica a una persona natural o a una jurídica en el ejercicio de su actividad económica en el rubro comercial o industrial y lo distingue o diferencia de otras idénticas o semejantes en el mismo ramo. La protección del nombre comercial deriva de su uso real y efectivo en el mercado o de su registro en la oficina nacional competente previa comprobación de su uso real y efectivo.</li> <li>• El Tribunal ha manifestado que la</li> </ul>

<p>Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio, concedió el registro del signo MULTIPORT (mixto) para distinguir servicios de la Clase 39.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por Resolución N° 30229 de 25 de agosto de 2008, la División de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio, concedió el registro del signo MULTIPORT (mixto) para distinguir servicios de la Clase 35.</li> <li>• La sociedad MULTIPORT E.U. interpuso demanda contencioso administrativa contra las mencionadas resoluciones.</li> </ul>	<p>el comercio, uso que deberá ser probado y, consecuentemente, este uso exclusivo concluye cuando cesa el uso real y efectivo del nombre comercial.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Por su parte el artículo 193 precisa que el registro o el depósito del nombre comercial ante la Oficina Nacional Competente tiene un carácter declarativo, sin embargo, conforme se tiene dicho, el derecho al uso exclusivo sólo se adquiere probando el uso constante, real y efectivo del nombre comercial.</li> </ul>	<p>protección otorgada al nombre comercial se encuentra supeditada a su uso real y efectivo con relación al establecimiento o a la actividad económica que distinga, ya que es el uso lo que permite que se consolide como tal y mantenga su derecho de exclusiva.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• También manifiesta, adicionalmente, que el hecho de que un nombre comercial se encuentre registrado no lo libera de la exigencia de uso para mantener su vigencia. Las pruebas dirigidas a demostrar el uso del nombre comercial deben servir para acreditar la identificación efectiva de dicho nombre con las actividades económicas para las cuales se pretende el registro.</li> </ul>
--	---	--

<b>Proceso 142-IP-2013</b>	<b>TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA</b>	
<b>Proceso Interno N° 2009 – 00184</b>	<b>Actor: Rapidísimo Servicios Motorizados LTDA.</b>	
<p>Interpretación prejudicial de los artículos 135 literal b), 194 literales b) y c) y 195 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina formulada por la Sección Primera, Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado, de la República de Colombia. Interpretación, de oficio, de los artículos 134 literales a) y b), 136 literal a), 150 y 193 de la misma Decisión.</p>		
<b>ANTECEDENTES</b>	<b>ALCANCES DEL NOMBRE COMERCIAL</b>	<b>CONCLUSIONES</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad INTER RAPIDÍSIMO S.A. solicitó el registro de la marca y nombre comercial INTER RAPIDÍSIMO para distinguir servicios de la Clase 39, solicitudes que fueron debidamente publicadas en la</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El Tribunal establece que, la protección del nombre comercial goza de las siguientes características: a) El derecho sobre el nombre comercial se genera con su uso. Lo anterior quiere decir que el depósito del nombre</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tiene que el uso es el elemento esencial para la protección de un nombre comercial, debiendo determinarse también si era real, efectiva y constantemente usado en el mercado, para así</li> </ul>

<p>Gaceta de la Propiedad Industrial de la SIC.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Mediante la Resolución N° 46769, de 21 de noviembre de 2008, con Certificado N° 46769, la SIC concedió el registro de la marca INTER RAPIDÍSIMO (mixta) en la Clase 39.</li> <li>• Mediante la Resolución N° 55305, de 24 de diciembre de 2008, la SIC concedió el registro del nombre comercial INTER RAPIDÍSIMO (mixto) en las Clases 35, 38 y 39.</li> <li>• El 22 de enero de 2010, RAPIDÍSIMO SERVICIOS MOTORIZADOS LTDA. presentó demanda de nulidad y restablecimiento de derecho ante la Sección Primera, Sala de lo Contencioso Administrativo del Consejo de Estado, solicitando que se cancele el certificado de registro de la marca INTER RAPIDÍSIMO (mixta) y el nombre comercial INTER RAPIDÍSIMO (mixto) por similitud gramática, fonética y gráfica con la marca registrada previamente RAPIDÍSIMO (mixta).</li> <li>• La demandante RAPIDÍSIMO SERVICIOS MOTORIZADOS LTDA. solicita la nulidad de la Resolución N° 46769 de la marca INTER RAPIDÍSIMO (mixta) de la Clase 39 y la Resolución N° 55305 del nombre comercial INTER RAPIDÍSIMO (mixto) de las Clases 35, 38 y 39; en base a su marca previamente registrada RAPIDÍSIMO (mixta) de la Clase 39, otorgada mediante la Resolución N° 27442, de 21 de octubre de 2005, inscrita con Certificado N° 310578.</li> </ul>	<p>comercial no es constitutivo de derechos sobre el mismo. El registro de un nombre comercial puede ser simplemente un indicio del uso, pero no actúa como una prueba total del mismo; b) de conformidad con lo anterior, quien alegue derechos sobre un nombre comercial deberá probar su uso real, efectivo y constante.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El Tribunal señala que, a diferencia de lo que sucede con el sistema atributivo del registro marcario, donde el derecho surge del registro, el de protección del nombre comercial se basa en un sistema declarativo de derechos. Es decir, el derecho sobre el nombre comercial no se adquiere por la inscripción o depósito, sino con su primer uso.</li> <li>• Además, para que subsista el derecho, dicho uso debe ser real, efectivo y constante; en ese sentido, un nombre comercial registrado de una manera y usado de otra, no generaría ninguna clase de derechos. Es decir, el nombre comercial registrado debe ser el mismo real y efectivamente usado en el mercado, ya que de lo contrario no cabría ningún derecho sobre el primero. Lo anterior, por cuanto dicho signo, aunque registrado, no tendría relación con el público consumidor.</li> </ul>	<p>determinar si era protegible por el ordenamiento jurídico comunitario andino.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• El artículo 190 de la Decisión 486 define el nombre comercial y delimita su concepto, de manera que se pueden extraer las siguientes conclusiones:</li> </ul> <p>El objetivo del nombre comercial es diferenciar la actividad empresarial de un comerciante determinado Si bien la norma hace referencia a los establecimientos de comercio, esto se debe a un problema conceptual. El signo distintivo que identifica los establecimientos de comercio es la enseña comercial, cuyo tratamiento se da en el título XI de la Decisión 486.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Un comerciante puede utilizar más de un nombre comercial, es decir, identificar sus diferentes actividades empresariales con diversos nombres comerciales.</li> <li>• El nombre comercial es independiente de la razón social de la persona jurídica, pudiendo coincidir con ella; es decir, un comerciante puede tener una razón social y un nombre comercial idéntico a ésta, o tener una razón social y uno o muchos nombres comerciales diferentes de ella.</li> <li>• El nombre comercial puede ser múltiple, mientras que la razón o denominación social es única; es decir, un comerciante puede tener muchos nombres comerciales, pero sólo una razón social.</li> </ul>
---	---	--

<p><b>Proceso 99-IP-2013</b></p>	<p><b>TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA</b></p>	
<p><b>Expediente Interno N° 2009 – 00184</b></p>	<p><b>Actor: CORTEFIEL S.A.C.</b></p>	
<p>Interpretación prejudicial, de oficio, de los artículos 136 literal b, 190, 191 y 192 de la Decisión 486 de 14 de septiembre de 2000, expedida por la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la Octava Sala Especializada en lo Contencioso Administrativo con Subespecialidad en Temas de Mercado de la Corte Superior de Justicia, Lima, República del Perú.</p>		
<p><b>ANTECEDENTES</b></p>	<p><b>ALCANCES DEL NOMBRE COMERCIAL</b></p>	<p><b>CONCLUSIONES</b></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• La sociedad <b>CORTEFIEL S.A.</b>, solicitó el 10 de septiembre de 2008, el registro como marca del signo denominativo <b>CORTEFIEL</b>, para amparar los siguientes productos de la Clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza “<i>vestidos, calzado (excepto ortopédico), sombrerería</i>”.</li> <li>• Una vez publicada la solicitud se presentaron las siguientes oposiciones:             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <b>OSCAR FREDDY HUAMANCAYO ESPINOZA</b>, presentó oposición sobre la base de su marca denominativa <b>CORTEFIEL</b>, para amparar productos de la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza. (Fue cancelada por no uso por parte del <b>INDECOPI</b>).</li> <li>- La sociedad <b>CORTEFIEL S.A.C.</b>, presentó oposición sobre la base de su nombre comercial mixto <b>CORTEFIEL</b>, usado desde marzo de 2004 para actividades relacionadas con la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza.</li> </ul> </li> <li>• El 11 de septiembre de 2009, la Dirección de Signos Distintivos del <b>INDECOPI</b>, mediante la Resolución No. 2554-2009/CSD-INDECOPI, declaró improcedente la oposición formulada por <b>OSCAR FREDDY HUAMANCAYO ESPINOZA</b> y fundada la oposición presentada por <b>CORTEFIEL S.A.C.</b>, y, en consecuencia, denegó el registro solicitado.</li> <li>• El 12 de octubre de 2009, la sociedad <b>CORTEFIEL S.A.</b>, presentó recurso de apelación contra el anterior acto administrativo.</li> <li>• El 9 de julio de 2010, la Sala de Propiedad Intelectual del <b>INDECOPI</b>, mediante Resolución No. 1525-2010/TPI-INDECOPI, resolvió el recurso de apelación, revocando el acto impugnado y, en consecuencia concedió el registro solicitado.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El uso del nombre comercial podrá demostrarse mediante facturas comerciales, documentos contables, o certificaciones de auditoría que demuestren la regularidad y la cantidad de la comercialización de los servicios identificados con el nombre comercial, entre otros.</li> <li>• Constituyen uso de un signo en el comercio, los siguientes actos entre otros: introducir en el comercio, vender, ofrecer en venta o distribuir productos o servicios con ese signo; importar, exportar, almacenar o transportar productos con ese signo; o, emplear el signo en publicidad, publicaciones, documentos comerciales o comunicaciones escritas u orales, independientemente del medio de comunicación empleado y sin perjuicio de las normas sobre publicidad que fuesen aplicables.</li> <li>• Se reitera una vez más, que el nombre comercial debe ser protegido en todo el territorio nacional y no en una fracción del mismo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sobre si el nombre comercial debe protegerse en relación con su ámbito geográfico de difusión o influencia, el Tribunal advierte que las figuras de protección de la propiedad industrial se soportan en dos principios básicos como se dijo líneas arriba:             <ul style="list-style-type: none"> <li>a) protección de la actividad empresarial y b) protección al consumidor. Por lo tanto, al ser la actividad empresarial tan cambiante y mutante en relación con el movimiento del mercado, un signo como el nombre comercial conectado con dicha realidad, no puede protegerse de manera fraccionada argumentando que tiene difusión nacional; hoy en día es muy común que en periodos cortos los empresarios</li> </ul> </li> </ul>

<ul style="list-style-type: none"><li>• La sociedad <b>CORTEFIEL S.A.C.</b>, interpuso demanda contencioso administrativa contra la anterior Resolución.</li><li>• El Noveno Juzgado Transitorio Especializado en lo Contencioso Administrativo, Lima, República del Perú, mediante sentencia signada como Resolución Número Doce de 5 de marzo de 2013, declaró infundada la demanda.</li><li>• El 27 de marzo de 2013, la sociedad <b>CORTEFIEL S.A.C.</b>, presentó recurso de apelación contra la anterior sentencia.</li><li>• La Octava Sala Especializada en lo Contencioso Administrativo con Subespecialidad en Temas de Mercado de la Corte Superior de Justicia, Lima, República del Perú solicitó interpretación Prejudicial al Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.</li></ul>		penetren mercados y accedan a consumidores de diferentes partes.
--	--	--

## Entrevista a la Dra. Lucy Díaz Plasencia

Abogada, Conciliadora, Árbitro, Docente de la carrera de Derecho y Ciencias Políticas en la Universidad Privada del Norte – Trujillo

Ex Jefe de Indecopi – La Libertad

PREGUNTA	ENTREVISTADO	DOCTRINA	LEY	JURISPRUDENCIA	CONCLUSIONES
<p><b>¿Considera que el Decreto Legislativo 1075 ha recogido las disposiciones de la Decisión 486 respecto al Nombre Comercial? ¿Por qué?</b></p>	<p>Si, pues son de carácter procedimentales más que sustanciales, así lo señala en sus considerandos.</p>	<p>Se debe tener en cuenta que, la doctrina ha determinado a la Decisión 486 de la Comunidad Andina como la norma supranacional que rige el Derecho de Propiedad Industrial respecto de sus Países Miembros, mientras que el D.L. 1075 aprueba sus disposiciones respecto a dicha Decisión Andina.</p>	<p>El D.L. 1075 es un cuerpo normativo que aprueba las disposiciones complementarias a la Decisión 486 de la Comunidad Andina</p>	-	<p>La especialista en el tema, considera que el Decreto Legislativo sí ha recogido las disposiciones de la Decisión 486 de la Comunidad, ya que contienen un carácter procedimental, es decir, respecto al procedimiento de registro por ejemplo, que a cuestiones de fondo y sustanciales.</p>
<p><b>¿Qué características puede identificar que distinguen al Nombre</b></p>	<p>El sistema de adquisición del derecho de exclusiva: mientras que la marca exige el registro, en el nombre comercial es meramente</p>	<p>El nombre comercial hace referencia a aquel signo que sirve para distinguir a la persona jurídica dentro del mercado, esto quiere decir que el nombre comercial</p>	<p>Se entenderá por nombre comercial cualquier signo que identifique a una actividad económica, a una empresa, o a un establecimiento mercantil cuyo derecho exclusivo sobre se adquiere</p>	<p>La marca es el signo que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios o prestados por una persona o servicios de otra, cuya protección legal está regida por el principio de registral, de acuerdo al cual, el derecho sobre la marca se</p>	<p>La especialista considera que el sistema de adquisición del derecho de exclusiva es la característica que más permite diferenciar al nombre comercial de la marca, en razón que, la marca requiere del registro para la protección nacional; mientras que el nombre comercial tiene efectos declarativos, ya que el derecho sobre este último se adquiere con el primer</p>

<p><b>Comercial de la Marca?</b></p>	<p>declarativo, pues el derecho sobre este bien se adquiere con el primer uso.</p>	<p>distingue a la empresa que fabrica o comercializa los productos o presta los servicios, mientras que la marca todo signo distintivo que sirve para diferenciar en el mercado los productos y servicios de una persona de los de otra</p>	<p>por su primer uso en el comercio y termina cuando cesa el uso del nombre o cesan las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa, mientras que la marca hace referencia a cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado, siendo que el derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente.</p>	<p>adquiere con el acto administrativo del registro, el mismo que le concede una protección legal de la marca en todo el territorio nacional del país en que se efectuó dicho registro. El nombre comercial, en cambio, es el signo que sirve para identificar a una persona natural o jurídica en el ejercicio de su actividad económica, diferenciándolo de las actividades de sus competidores, este signo se encuentra protegido en virtud de su uso, sin que sea necesario el registro mismo, el cual tiene efectos meramente declarativos, teniendo como ámbito de tutela la extensión territorial en la que tiene una influencia efectiva.</p>	<p>uso, posición que bien es sustentada por la doctrina y por la legislación (Decisión 486 de la Comunidad Andina (Art.154).</p>
<p><b>¿Considera que los criterios aplicados por la Sala de Propiedad Intelectual están enmarcados dentro de los</b></p>	<p>No, pues en la decisión 486 solo se señala las prohibiciones para el registro de un nombre comercial y el examen de registrabilidad debe sujetarse a lo</p>	<p>La doctrina no se ha pronunciado al respecto, únicamente, refiere cuáles son esos criterios.</p>	<p>Tanto la Decisión 486 de la Comunidad Andina como el Decreto Legislativo 1075 no regulan la aplicación de los criterios aplicados por la Sala de Propiedad Intelectual, así como tampoco la solución</p>	<p>Al momento de establecer las diferencias entre el nombre comercial y la marca, se señala en la jurisprudencia que el nombre comercial se encuentra protegido en virtud de su uso, teniendo como ámbito de tutela la extensión territorial en la</p>	<p>La especialista considera que la aplicación de los criterios aplicados por la Sala de Propiedad Intelectual no están enmarcados dentro de los parámetros que señala la Decisión 486, ya que la misma señala sólo las prohibiciones del registro del nombre comercial y el examen de registrabilidad realizado por el Indecopi realizado para las marcas debe regir para el signo en cuestión.</p>

<b>parámetros de la Decisión 486? ¿Por qué?</b>	aplicado para las marcas.		al conflicto entre estos dos signos.	que tiene influencia efectiva.	
<b>¿Considera que existen deficiencias en la regulación del Nombre Comercial por el Decreto Legislativo 1075? ¿Por qué?</b>	Sí, ha omitido establecer la regulación sobre cómo resolver el conflicto legal entre una marca registrada y un nombre comercial sin registro.	La doctrina no se ha pronunciado sobre las deficiencias que podría contener el D.L. 1075.	Si bien la jurisprudencia no lo ha expresado como una deficiencia, ha señalado que es de vital importancia determinar el ámbito de protección del nombre comercial, ya que tanto el D.L 1075 como la Decisión 486 no contienen referencia expresa sobre el ámbito de protección del nombre comercial	La jurisprudencia no ha establecido, específicamente si existen deficiencias en la regulación del nombre comercial en el Decreto Legislativo 1075.	Para la siguiente interrogante, la especialista considera que sí existen deficiencias en la regulación del Nombre Comercial en el D.L. 1075 ya que el mismo ha omitido regular cómo resolver el conflicto entre una marca registrada y un nombre comercial sin registro.
<b>¿Conoce usted si en algún país, el Nombre Comercial tiene un sistema de protección distinto al nuestro?</b>	Desconoce	-	-	-	La especialista respondió que desconoce la existencia de un sistema de protección del nombre comercial distinto al de Perú.
<b>Si la respuesta anterior es positiva, ¿Estima que</b>	-	-	-	-	-

dicho sistema podría ser aplicado en nuestro país?					
¿Considera que implementación de un sistema constitutivo para el Nombre Comercial reduciría los conflictos entre el Registro de la Marca y el Nombre Comercial?	Sí	El sistema constitutivo de derechos refiere que el registro de un signo distintivo le otorga protección al mismo en todo el territorio nacional del país en el que se haya efectuado el registro.	Según lo estipulado en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, el sistema constitutivo permite que el derecho al uso exclusivo de una marca se adquiera por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente.	Al igual que la doctrina, la jurisprudencia ha establecido que, el sistema constitutivo de derechos refiere que el registro de un signo distintivo le otorga protección al mismo en todo el territorio nacional del país en el que se haya efectuado el registro	La especialista, teniendo en cuenta lo señalado por la doctrina y la jurisprudencia es de opinión que, la implementación de un sistema constitutivo de derecho para el nombre comercial reduciría los conflictos entre la Marca y el Nombre Comercial.

### Entrevista a Dr. Carlos Cornejo Guerrero

Doctorado y Magister en Derecho, Pontificia Universidad Católica del Perú. Investigador Visitante de la Universidad British Columbia, Vancouver-Canadá. Posgrado en Propiedad Industrial, Universidad de Buenos Aires-Argentina. Presidente de la Comisión de Fiscalización de la Competencia Desleal de Indecopi. Ex Director General de la Academia de la Magistratura.

PREGUNTA	ENTREVISTADO	DOCTRINA	LEY	JURISPRUDENCIA	CONCLUSIONES
¿Considera que el Decreto Legislativo 1075 ha recogido las	La Dec. 486 regula el nombre comercial de manera confusa. El D. Leg.1075 no	Se debe tener en cuenta que, la doctrina ha determinado a la Decisión 486 de la Comunidad	El D.L. 1075 es un cuerpo normativo que aprueba las disposiciones complementarias a	-	Sobre la primera pregunta, el especialista refiere que el tratamiento legal que ha dado el D.L. 1075 no contempla lo señalado por la Decisión 486 de la Comunidad Andina; sin embargo, la regulación

<p><b>disposiciones de la Decisión 486 respecto al Nombre Comercial? ¿Por qué?</b></p>	<p>recoge lo que dice la Dec. 486. No obstante, tener en cuenta que el D. leg. 1075 son sólo disposiciones complementarias, lo que rige es la Dec. Andina. Es necesario conocer las sentencias de interpretación prejudicial del Tribunal Andino.</p>	<p>Andina como la norma supranacional que rige el Derecho de Propiedad Industrial respecto de los Países Miembros, mientras que el D.L. 1075 aprueba sus disposiciones respecto a dicha Decisión Andina.</p>	<p>la Decisión 486 de la Comunidad Andina</p>		<p>que tiene la Decisión 486 sería confusa, debiendo recurrir también a la interpretación prejudicial del Tribunal Andino.</p>
<p><b>¿Qué características puede identificar que distinguen al Nombre Comercial de la Marca?</b></p>	<p>En mi concepto, el Nombre Comercial distingue a la persona que realiza la actividad económica, es decir la producción o comercialización para el mercado, de productos o servicios. La marca distingue a los productos o servicios de sus</p>	<p>El nombre comercial hace referencia a aquel signo que sirve para distinguir a la persona jurídica dentro del mercado, esto quiere decir que el nombre comercial distingue a la empresa que fabrica o comercializa los productos o presta los servicios, mientras que la marca todo signo</p>	<p>Se entenderá por nombre comercial cualquier signo que identifique a una actividad económica, a una empresa, o a un establecimiento mercantil cuyo derecho exclusivo sobre se adquiere por su primer uso en el comercio y termina cuando cesa el uso del nombre o cesan las actividades de la empresa o del establecimiento que lo usa, mientras que la marca hace</p>	<p>La marca es el signo que sirve para distinguir en el mercado los productos o servicios o prestados por una persona o servicios de otra, cuya protección legal está regida por el principio de registral, de acuerdo al cual, el derecho sobre la marca se adquiere con el acto administrativo del registro, el mismo que le concede una protección legal de la marca en todo el territorio nacional del país en que se efectuó dicho registro. El nombre comercial, en cambio, es el signo que</p>	<p>Lo que se obtiene del especialista es que, el nombre comercial distingue a la persona que realiza la actividad económica dentro del mercado, mientras que la marca distingue los productos o servicios para distinguir a los similares dentro del mercado.</p>

	iguales o similares en el mercado	distintivo que sirve para diferenciar en el mercado los productos y servicios de una persona de los de otra	referencia a cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado, siendo que el derecho al uso exclusivo de una marca se adquirirá por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente.	sirve para identificar a una persona natural o jurídica en el ejercicio de su actividad económica, diferenciándolo de las actividades de sus competidores, este signo se encuentra protegido en virtud de su uso, sin que sea necesario el registro mismo, el cual tiene efectos meramente declarativos, teniendo como ámbito de tutela la extensión territorial en la que tiene una influencia efectiva.	
<b>¿Considera que los criterios aplicados por la Sala de Propiedad Intelectual están enmarcados dentro de los parámetros de la Decisión 486? ¿Por qué?</b>	No, inclusive el Tribunal da una protección en todo el territorio, sin necesidad de registro	La doctrina no se ha pronunciado al respecto, únicamente, refiere cuáles son esos criterios.	Tanto la Decisión 486 de la Comunidad Andina como el Decreto Legislativo 1075 no regulan la aplicación de los criterios aplicados por la Sala de Propiedad Intelectual, así como tampoco la solución al conflicto entre estos dos signos.	Al momento de establecer las diferencias entre el nombre comercial y la marca, se señala en la jurisprudencia que el nombre comercial se encuentra protegido en virtud de su uso, teniendo como ámbito de tutela la extensión territorial en la que tiene influencia efectiva.	Para el especialista, la aplicación de los criterios del Indecopi no están enmarcados dentro de lo que dispone la Decisión 486, debiendo tenerse en cuenta lo que se ha establecido en las Resoluciones del Tribunal Andino, en la que se otorga protección nacional al Nombre Comercial sin necesidad de ser registrado.
<b>¿Considera que existen deficiencias en</b>	Deberían quedar claros los criterios	La doctrina no se ha pronunciado sobre las deficiencias que	Si bien la jurisprudencia no lo ha expresado como una deficiencia, ha	La jurisprudencia no ha establecido, específicamente si existen deficiencias en la	Para el especialista, respecto a si considera que existen deficiencias en la regulación del nombre comercial en el Decreto Legislativo 1075,

<p><b>la regulación del Nombre Comercial por el Decreto Legislativo 1075? ¿Por qué?</b></p>	<p>que se van a aplicar.</p>	<p>podría contener el D.L. 1075.</p>	<p>señalado que es de vital importancia determinar el ámbito de protección del nombre comercial, ya que tanto el D.L. 1075 como la Decisión 486 no contienen referencia expresa sobre el ámbito de protección del nombre comercial</p>	<p>regulación del nombre comercial en el Decreto Legislativo 1075.</p>	<p>refiere que, en todo caso, deberían quedar claros los criterios aplicados en las Resoluciones.</p>
<p><b>¿Conoce usted si en algún país, el Nombre Comercial tiene un sistema de protección distinto al nuestro?</b></p>	<p>En E.U., Canadá, Australia, Inglaterra, rige la protección por el uso, pero el registro no da protección en todo el territorio como en el Perú.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>El especialista da a conocer que en EE.UU., Canadá, Australia e Inglaterra rige la protección del nombre comercial por el uso, pero no se le da la protección en todo el territorio como debería ser en nuestro país.</p>
<p><b>Si la respuesta anterior es positiva, ¿Estima que dicho sistema podría ser aplicado en nuestro país?</b></p>	<p>Es cuestión de opción, pero tal como el Indecopi lo aplica trae más seguridad jurídica, pese a que se pueden hacer cuestionamientos de principio.</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>-</p>	<p>Es de opinión del especialista que, el sistema que está aplicando el Indecopi para definir la protección del Nombre Comercial traería más seguridad jurídica; sin embargo, reconoce que es factible que dicho sistema sea cuestionado.</p>
<p><b>¿Considera que implementación</b></p>	<p>No, mejor es la protección por el uso.</p>	<p>El sistema constitutivo de</p>	<p>Según lo estipulado en la Decisión 486</p>	<p>Al igual que la doctrina, la jurisprudencia ha</p>	<p>El especialista no considera posible la implementación de un sistema</p>

<p><b>de un sistema constitutivo para el Nombre Comercial reduciría los conflictos entre el Registro de la Marca y el Nombre Comercial?</b></p>	<p>Con mayor razón si nuestro país es en gran parte informal.</p>	<p>derechos refiere que el registro de un signo distintivo le otorga protección al mismo a nivel nacional.</p>	<p>de la Comunidad Andina, el sistema constitutivo permite que el derecho al uso exclusivo de una marca se adquiera por el registro de la misma ante la respectiva oficina nacional competente.</p>	<p>establecido que, el sistema constitutivo de derechos refiere que el registro de un signo distintivo le otorga protección al mismo en todo el territorio nacional del país en el que se haya efectuado el registro</p>	<p>constitutivo de derecho para el Nombre Comercial debido a la informalidad existente en nuestro país.</p>
---	---	--	---	--	---

#### **IV. DISCUSIÓN.**

Teniendo en cuenta que el objetivo general de esta investigación es determinar de qué manera la aplicación del criterio de la Extensión Geográfica del Uso del Nombre Comercial por el INDECOPI para la solución de conflictos de registro entre marca y nombre comercial, influye en el ejercicio exclusivo del derecho de propiedad industrial del titular de un nombre comercial, es pertinente desarrollar la forma en la que los objetivos específicos han ido cumpliéndose para tal fin.

En ese sentido, corresponde decir que para determinar la importancia del nombre comercial en la actividad económica, debemos ceñirnos tanto a la doctrina como a la jurisprudencia, la misma que ha resuelto innumerables situaciones de conflicto que involucran a este signo distintivo, evidenciándose desde ese instante que nos encontramos ante una figura del derecho, cuya naturaleza intrínseca se encuentra en la actividad mercantil, permitiendo que los derechos intelectuales que existan sobre tales signos intervengan a fin de salvaguardar el derecho al uso exclusivo que tiene el titular de dicho signo y, de esa forma, proteger los intereses patrimoniales que se ven satisfechos con el uso del nombre comercial.

Esta posición la respalda Manuel Márquez, el mismo que, en su obra sobre la importancia de los derechos intelectuales, expone que el logro comercial para los creadores e impulsores de un signo distintivo no es gratuito, ya que el posicionamiento en el mercado requiere de tiempo y dedicación, así como del reconocimiento de sus consumidores; es por ello, recalca el autor, que contar con una debida protección de aquellos signos o tecnologías es de vital importancia, ya que de lo contrario, se corre el riesgo que estos derechos se vean afectados, afectando los negocios y empresas.

Asimismo, es de reconocer que el nombre comercial cumple ciertas funciones dentro del mercado, las mismas que expone José Manuel Otero Lastres citando a Díaz Gómez en su obra Manual de Propiedad Industrial, teniendo así: la función identificadora y diferenciadora, debiendo entenderse que el empresario no busca únicamente identificarse a través de su nombre comercial, sino también distinguirse de las demás empresas que desarrollen actividades dentro del mismo rubro; la función de instrumento de captación de clientela, ya que si se cumple la función anterior, lo que busca todo empresario es retener los clientes captados; la función de concentrar y exteriorizar el crédito o buena reputación de la empresa, la que se vería reflejada en la “buena fama” o reputación por características

propias de la empresa, determinándose éste como un valor importante en la consolidación de un empresario en la preferencia del público; por último y no menos importante, se tiene a la función publicitaria, función reconocida también para la marca.

Por todo ello, y teniendo en cuenta que se buscaba determinar la importancia del nombre comercial en la actividad económico, podemos concluir que, esta figura jurídica de carácter meramente patrimonial, representa al empresario o persona jurídica dentro de su actividad económica, cumpliendo distintas funciones a favor de su titular, así como la marca, y que se hace acreedor, por naturaleza propia, de la protección a través del derecho de propiedad industrial en los distintos cuerpos normativos que regulan sus efectos.

Ahora, para hablar del segundo objetivo específico del presente proyecto de investigación, es decir, analizar el criterio empleado por el Indecopi que se aplica en las controversias entre el registro de la Marca y el uso del nombre del nombre comercial, corresponde desarrollar lo siguiente: nuestra jurisprudencia nacional ha señalado en el desarrollo de sus sentencias que, determinar cuál es el ámbito de protección del nombre comercial trae consigo una cuestión de gran importancia, ya que si bien contamos con la Decisión 486 de la Comunidad Andina que regula a la Propiedad Industrial rigiendo para sus Países Miembros y con el Decreto Legislativo 1075 que acoge lo dispuesto por dicha Decisión, estos cuerpos normativos no establecen cuál es el ámbito de protección del nombre comercial, estableciendo que para hacer valer un derecho sobre un nombre comercial, el titular del mismo deberá acreditar su uso en el Perú.

Por ello, al no regularse expresamente cuál es la extensión territorial o la influencia efectiva que debe tener un nombre comercial para que merezca protección como tal, el criterio de la Sala de Propiedad Intelectual, establece que respecto a terceros, el ámbito territorial y extensión geográfica de un nombre comercial influirá en su nivel protección, señalando dicha Sala que sería peligroso reconocer una protección a nivel nacional a un nombre comercial usado para una determinada actividad económica, concluyendo que la realidad del país permite únicamente que los nombre comerciales sólo tengan efectos concretos en la medida que son conocidos en un marco territorial limitado, dando como referencia que aquellos nombre comerciales que no tienen mayor trascendencia geográfica, aun cuando demuestren un uso anterior, no podrán lograr la denegatoria del registro de una marca.

En ese sentido, para resolver los conflictos entre una marca registrada y un nombre comercial previamente utilizado, deberá establecerse si la amplitud de la zona geográfica

de dicho signo sería la suficiente para lograr la nulidad de la marca en cuestión, resultando necesario determinar si el nombre comercial de un empresario sería lo suficientemente relevante como para evitar el otorgamiento del registro de una marca; además, de la revisión de las resoluciones de la Sala de Propiedad Intelectual, se advierte que la misma toma en consideración el número de los locales con el que cuenta el empresario, así como las facturas que acreditan su uso; teniendo como ejemplo lo siguiente: *“... de la revisión de las pruebas se advierte que el nombre comercial del accionante cuenta con un local en Lima y las facturas que acreditan su uso son emitidos a favor de personas naturales y jurídicas ubicadas en más de 07 distritos. Además de contar con transacciones con empresas y personas domiciliarias en el balneario de Asia y Chile.”* ; *“...se advierte que el nombre comercial del opositor cuenta con un local en Lima (Surquillo) y los comprobantes de pago y las cotizaciones presentadas que acreditan su uso son emitidos a favor de personas naturales y jurídicas ubicadas en 05 distritos de Lima y Callao. Además de contar con transacciones con empresas de los distintos departamentos del Perú, demostrado que existe un alcance que va más allá del distrito donde se ubica su local; evidenciándose que dicho nombre comercial se ha extendido de forma considerable en diversas zonas del territorio nacional.”*

A pesar de aquel despliegue de documentación analizada por la Sala de Propiedad Intelectual, resulta inevitable apreciar que dicho uso del criterio no se encuentra contenido en una norma, es decir, no existe un fundamento legal que avale su aplicación como una forma de dar solución a este tipo de conflicto legal; por lo tanto, el investigador considera que el uso de esos criterios es arbitrario.

Además, esta posición puede verse favorecida con el aporte de la especialista en Propiedad Intelectual, Dra. Lucy Díaz Plasencia, la misma que considera que la aplicación de los criterios aplicados por la Sala de Propiedad Intelectual no están enmarcados dentro de los parámetros que señala la Decisión 486, ya que la misma señala sólo las prohibiciones del registro del nombre comercial y del examen de registrabilidad realizado por el Indecopi para las marcas debe regir para el nombre comercial, también opina que sí existen deficiencias en la regulación del Nombre Comercial en el D.L. 1075 ya que el mismo ha omitido regular cómo resolver el conflicto entre una marca registrada y un nombre comercial sin registro; en el mismo sentido, el Dr. Carlos Cornejo Guerrero opina que la aplicación de los criterios del Indecopi no están enmarcados dentro de lo que dispone la Decisión 486, debiendo tenerse en cuenta lo que se ha establecido en las Resoluciones del Tribunal Andino, en la

que se otorga protección nacional al Nombre Comercial sin necesidad de ser registrado, aunado a ello, refiere que no son del todo claros los criterios aplicados en las Resoluciones y que, si bien el sistema que está aplicando el Indecopi para definir la protección del Nombre Comercial traería más seguridad jurídica; es factible que el mismo sea cuestionado.

Además de las posiciones antes expuestas, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, sobre la aplicación del Criterio de Extensión Geográfica del uso del nombre comercial ha estableció que: *“... limitar el nombre comercial a su ámbito de difusión es atentar contra el principio de la protección de la actividad empresarial, ya que dicho escenario no se presenta de manera estática; por lo general lo que pretenden los empresarios es expandir su actividad comercial, no piensan en quedarse estáticos en una localidad de territorio. Es evidente, entonces, que el nombre comercial debe tener una protección en todo el territorio del país miembro respectivo y no sólo en una parte del mismo.”*

Por ello, se puede concluir que la aplicación del criterio de la Extensión geográfica del uso presenta varias deficiencias y que, si bien busca dar solución al problema antes suscitado, el mismo no cuenta con una base legal que le respalde; asimismo, el Indecopi no vendría aplicando lo que ha dispuesto el Tribunal Andino sobre el Nombre Comercial respecto a la protección nacional que debería recibir el nombre comercial, como así lo ha expuesto el Dr. Carlos Cornejo.

Respecto, al tercer objetivo específico que tiene que ver con identificar los derechos de propiedad industrial que ejerce el titular del nombre comercial, la doctrina ha desarrollado los mismos teniendo en cuenta que, el titular de un signo distintivo obtiene el derecho exclusivo a utilizar en el tráfico económico el signo con su primer uso (para el caso del nombre comercial); es decir que el derecho exclusivo se refiere a la utilización en el tráfico económico de la relación entre el signo y la actividad empresarial, cuya protección se encuentra en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, cuyos criterios fueron adoptados por el D.L.1075; la misma regula los signos distintivos y establece en su artículo 192 que el titular de un nombre comercial podrá impedir a cualquier tercero usar en el comercio un signo distintivo idéntico o similar, cuando ello pudiere causar confusión o un riesgo de asociación con la empresa del titular o con sus productos o servicios. En el caso de nombres comerciales notoriamente conocidos, cuando asimismo pudiera causarle un daño

económico o comercial injusto, o implicara un aprovechamiento injusto del prestigio del nombre o de la empresa del titular.

Aunado a ello, el articulado de esta Decisión establece que las disposiciones de protección a la marca también deben usarse para el nombre comercial, por lo que, se reconoce al titular del nombre comercial el derecho de impedir a cualquier tercero realizar, sin su consentimiento, los siguientes actos:

- a) aplicar o colocar un signo distintivo idéntico o semejante sobre productos para los cuales se ha registrado la marca; sobre productos vinculados a los servicios para los cuales ésta se ha registrado; o sobre los envases, envolturas, embalajes o acondicionamientos de tales productos;
- b) usar en el comercio un signo idéntico o similar a la marca respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando tal uso pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con el titular del registro, tratándose del uso de un signo idéntico para productos o servicios idénticos se presumirá que existe riesgo de confusión;
- c) usar en el comercio un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida respecto de cualesquiera productos o servicios, cuando ello pudiese causar al titular del registro un daño económico o comercial injusto por razón de una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o por razón de un aprovechamiento injusto del prestigio de la marca o de su titular; y
- d) usar públicamente un signo idéntico o similar a una marca notoriamente conocida, aun para fines no comerciales, cuando ello pudiese causar una dilución de la fuerza distintiva o del valor comercial o publicitario de la marca, o un aprovechamiento injusto de su prestigio.

Otra de las cuestiones dentro del presente proyecto era establecer las diferencias entre los signos estudiados en conflicto (nombre comercial y marca), obteniéndose de las entrevistas realizadas a los especialistas, aquellas características básicas que permitirán brindarnos un mejor panorama acerca de la distinción entre el Nombre Comercial y la Marca. Por una parte, el Dr. Carlos Cornejo expuso que el nombre comercial distingue a la persona que realiza la actividad económica dentro del mercado, mientras que la marca distingue los productos o servicios para distinguir a los similares dentro del mercado, entendiéndose la diferencia entre estos signos a partir de su naturaleza como tal; mientras que la Dra. Lucy

Díaz, aporta que, la característica más resaltante para diferenciar a estos dos signos distintos se encuentra en el sistema de adquisición del derecho de exclusiva, la marca exige el registro, mientras que el nombre comercial es meramente declarativo, pues el derecho sobre este bien se adquiere con el primer uso.

Asimismo, la Jurisprudencia reconoce que el nombre comercial no necesita ser inherentemente distintivo, pudiendo estar compuesto de términos genéricos, descriptivos o corrientes, exigiéndose únicamente que el nombre comercial adoptado por una empresa sea suficientemente distinto a los nombres comerciales usados por empresas anteriores para así evitar cualquier riesgo de confusión o de asociación equívoca.

Por todo lo antes expuesto puede comprobarse que la aplicación del criterio de extensión geográfica del uso, sí afecta el ejercicio del derecho de propiedad industrial del titular de dicho signo ya que, no cuenta con un sustento legal que permita su aplicación; conforme se puede apreciar en los resultados obtenidos del análisis de las resoluciones analizadas, situación que se ve respaldada por los especialistas al verter su opinión acerca de la factibilidad de ser observados; generando que, aquel nombre comercial que no es “trascendente geográficamente” no logre la denegatoria del registro de una marca.

## CONCLUSIONES

- La presente investigación concluye que la aplicación del criterio de la Extensión Geográfica del Uso del Nombre Comercial por el INDECOPI para la solución de conflictos de registro entre marca y nombre comercial ha traído consigo que la Sala de Propiedad Intelectual del Indecopi aplique ciertos criterios a fin de dar solución al conflicto suscitado entre el registro de la Marca y el uso del Nombre Comercial para determinar así el ámbito de protección legal, en caso de constituirse dicho signo como “relevante geográficamente”; sin embargo, la aplicación de dicho criterio no se ha realizado conforme a lo estipulado por la Decisión Andina, ni mucho menos teniendo en cuenta las Resoluciones del Tribunal Andino, por lo que al no contar con un sustento legal que ampare su aplicación, genera una afectación directa al ejercicio del derecho de exclusiva propio del titular de un nombre comercial, ya que, de no constituirse el nombre comercial como “trascendente” no puede hacer valer su derecho sobre el registro de una marca, aún acreditando su uso anterior a dicho registro.
- Esta figura jurídica de carácter meramente patrimonial, representa al empresario o persona jurídica dentro de su actividad económica, cumpliendo distintas funciones (a favor de su titular, así como la marca, y que se hace acreedor, por naturaleza propia, de la protección a través del derecho de propiedad industrial en los distintos cuerpos normativos que regulan sus efectos.
- La aplicación del criterio de la Extensión geográfica del uso presenta varias deficiencias y que, si bien busca dar solución al problema antes suscitado, el mismo no cuenta con una base legal que le respalde; asimismo, el Indecopi no vendría aplicando lo que ha dispuesto el Tribunal Andino sobre el Nombre Comercial, que sólo basta el uso y la acreditación del mismo para su protección.
- El articulado de la Decisión 486 establece que las disposiciones de protección a la marca también deben usarse para el nombre comercial, por lo que, se reconoce al titular del nombre comercial el derecho de impedir a cualquier tercero usar en el comercio un signo distintivo idéntico o similar, cuando ello pudiese causar confusión o un riesgo de asociación con la empresa del titular o con sus productos o servicios.

## BIBLIOGRAFÍA

Aguila, C., & Gallardo, M. (2011). *El ABC del Derecho: Propiedad Intelectual*. Lima: Editorial San Marcos E.I.R.L.

Comercio, S. d. (2013). *IC Superintendencia*. Obtenido de <http://www.sic.gov.co/ensenas-comerciales>

Fernández Novoa, C., Otero Lastres, J. M., & Botana Agra, M. (2013). Manual de Propiedad Industrail. En C. Fernández Novoa, J. M. Otero Lastres, & M. Botana Agra, *Manual de Propiedad Industrail* (pág. 937). Madrid: Marcial Pons.

García Muñoz-Najar, L. A. (2009). *Propiedad Intelectual: El uso de la marca como herramienta del mercado*. Lima: Nathan Associates Inc.

González, J. L., & Alemán, G. (2003). Los Signos Mercantiles Distintivos del Empresario, la Empresa y el Establecimiento de Comercio. *REVISTA DE DERECHO* , 72-90.

Lastra, J. M. (2000). *Nombre Civil y Nombre Comercial*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas UNAM.

Marquez, M. (2012). "La Importancia de los Derechos Intelectuales en la Economía de Hoy". 2.

Mulánovich, Á. Z. (Mayo de 2011). Notas de Derecho Mercantil. Piura, Piura, Perú: Universidad de Piura.

Northcote Sandoval, C. (2008). Apuntes Generales sobre Nombre Comercial. *Actualidad Empresarial* , 2.

Tejada Lombardi, C. (2013). Apuntes de Derecho Marcario. Perú.

Tejada Lombardi, C. (2012). La Regulación del Nombre Comercial. *Revista de Investigación Jurídica* , 13.