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

RESOLUCIÓN N° 0551-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 52041-2023/DSD

SOLICITANTE : SHANTTAL Y MARICIELO S.R.L.

OPOSITORA : PEPSICO, INC.

Análisis de riesgo de confusión entre signos que distinguen productos de la clase 30 de la Nomenclatura Oficial: Inexistencia

Lima, ocho de abril de dos mil veintiséis.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 4 de diciembre de 2023, Shanttal y Maricielo S.R.L. (Perú) solicitó el registro de la marca de producto constituida por la denominación LORITOS TU MARCA DE CONFIANZA y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo, para distinguir café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz, sal, mostaza, vinagre de la clase 30 de la Nomenclatura Oficial.



Con fecha 3 de enero de 2024, Pepsico, Inc. (Estados Unidos de América), formuló oposición manifestando lo siguiente:

(i) Es titular de la marca **DORITOS** (Certificado N° 20011), registrada en la clase 30 de la Nomenclatura Oficial.
(ii) Sin perjuicio de que la oposición se sustenta en la marca **DORITOS** (Certificado N° 20011), la Comisión debe tener en cuenta que las marcas integradas por la denominación DORITOS en la clase 30, corresponden a una familia de marcas.
(iii) Se debe tener presente que es común en el mercado de productos de la clase 30 que se incluya dibujos de animales en sus empaques y presentaciones, la presencia de imágenes de animales no se percibe

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

como un elemento distintivo exclusivo, sino más bien como una práctica genérica adoptada por numerosas empresas.

(iv) Algunos de sus productos que comercializa en la clase 30 también incorporan figuras de dibujos de animales.

(v) El elemento de mayor relevancia del signo solicitado lo conforma la denominación LORITOS, pues aparece en el centro y en mayores dimensiones.

(vi) La frase TU MARCA DE CONFIANZA está en un segundo plano y no es posible conceder derechos exclusivos sobre ella, al igual que la bandera del Perú.

(vii) Ambas denominaciones comparten 6 letras (O-R-I-T-O-S) siendo que las sílabas predominantes son RI-TOS.

(viii) Los signos comparten una similar secuencia de consonantes e idéntica secuencia de vocales.

(ix) La ligera variación correspondiente en cambiar la letra D, no constituye una diferencia suficiente para contrarrestar la semejanza.

(x) Los signos distinguen los mismos productos.

Invocó la aplicación del artículo 136 inciso a)[1] de la Decisión 486.

Con fecha 18 de marzo de 2024, Shanttal y Maricielo S.R.L. absolvió el traslado de la oposición manifestando lo siguiente:

(i) Los signos en conflicto tienen elementos que los diferencian uno del otro, tanto en el aspecto visual como fonético, por lo que no resultan similares.

(ii) La presente solicitud de registro se trata de la variación de la marca de productos LORITOS TU MARCA DE CONFIANZA y logotipo (Certificado N° 242474) en la clase 29, registrada a favor de una persona vinculada económicamente

(iii) No existe similitud entre los signos confrontados.

(iv) La estructura gramatical de las denominaciones LORITOS TU MARCA DE CONFIANZA y DORITOS es diferente.

[1] "**Artículo 136**.- No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:
a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación (…)"

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

(v) La pronunciación de la denominación LORITOS TU MARCA DE CONFIANZA genera una vocalización distinta de la denominación DORITOS.
(vi) Desde el punto de vista conceptual, la denominación LORITOS hace referencia a los loros (orden *Psittaciformes*); mientras que la denominación DORITOS evoca a lo dorado y tostado.
(vii) La opositora no ha acreditado la existencia de familia de marcas, sino que ha mostrado las diferentes presentaciones de productos conformados por la marca registrada DORITOS.

Mediante Resolución N° 2862-2025/CSD-INDECOPI de fecha 3 de junio de 2025, la Comisión de Signos Distintivos declaró **INFUNDADA** la oposición formulada por Pepsico, Inc., y, en consecuencia, dispuso INSCRIBIR (entiéndase: **OTORGAR**) el registro del signo solicitado. La Comisión consideró lo siguiente:

Respecto a la familia de marcas alegada por la opositora

- La opositora señaló que es titular de una familia de marcas en la clase 30 respecto de la denominación DORITOS.
- En el caso concreto, se advierte que Pepsico, Inc. es titular de diversas marcas registradas que incluyen el término DORITOS para distinguir productos de la clase 30 de la Nomenclatura Oficial.
- De la misma forma, al tratarse de la única empresa que tiene marcas registradas con el término DORITOS para distinguir productos de la clase 30 de la Nomenclatura Oficial, resulta razonable asumir que dicho término será percibido por el público consumidor como proveniente de un mismo origen empresarial.
- No obstante que se ha reconocido la existencia de una familia de marcas a favor de la opositora respecto del término DORITOS, se procederá a evaluar si el signo solicitado resulta semejante con la marca base de oposición, considerando todos los elementos que conforman a los signos.

Respecto a la evaluación del riesgo de confusión

- Pepsico, Inc., sustentó su oposición en base a su marca DORITOS (Certificado Nº 20011) que distingue productos de la clase 30 de la Nomenclatura Oficial.
- La denominación TU MARCA DE CONFIANZA presente en el signo solicitado será percibida como una frase laudatoria, toda vez que busca

resaltar las cualidades de los productos que se pretende distinguir, esto es, que los productos signados con el signo solicitado tendrán una calidad garantizada.

- Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado LORITOS TU MARCA DE CONFIANZA y logotipo y la marca registrada DORITOS (Certificado N° 20011), se advierte que los signos no resultan semejantes[2].
- En virtud de lo expuesto, si bien los signos en conflicto están referidos a algunos de los mismos productos, dadas las diferencias existentes entre los mismos, es posible su coexistencia sin que se genere riesgo de confusión en el público consumidor; por lo que corresponde declarar infundada la oposición formulada.

Con fecha 26 de junio de 2025, Pepsico, Inc. interpuso recurso de **apelación** manifestando lo siguiente:

(i) No pretende cuestionar los extremos de la resolución que señaló la existencia de una familia de marcas de su empresa conformada por el término DORITOS; la identidad de los productos que distinguen los signos en conflicto, y la calificación de la denominación TU MARCA DE CONFIANZA como una frase laudatoria, por lo que no deberá ser considerada en el examen comparativo como un elemento con la capacidad de diferenciar en conflicto.
(ii) El signo solicitado es confundible con su marca DORITOS, pues ambos comparten la mayoría de las letras, la misma estructura vocálica, secuencias de consonantes semejantes, igual número de sílabas y un golpe de voz similar.
(iii) La Comisión no aplicó correctamente la regla de la apreciación sucesiva ni el principio de prevalencia de las semejanzas, por lo que omitió reconocer el elevado grado de similitud fonética existente entre ambos signos.

[2] En efecto, los signos en conflicto presentan una distinta secuencia de consonantes, lo que determina que presenten una distinta secuencia de sílabas (LO-RI-TOS / DO-RI-TOS). Así, la presencia de las silbas LO (signo solicitado) y DO (marca registrada) determina que los signos generen un impacto fonético diferente. Desde el punto de vista gráfico, el signo solicitado presenta una grafía particular y las figuras de dos loros, todo en los colores rojo, verde, marrón, amarillo y blanco; mientras que la marca registrada no presenta elementos gráficos y cromáticos.
Desde el punto de vista conceptual, el término LORITOS (signo solicitado) hace referencia a un ave del orden de la psitaciforemes; mientras que el término DORITOS (marca registrada) no cuenta con un significado en particular. En tal sentido, no existe semejanza conceptual entre los signos en conflicto.

(iv) La resolución apelada valoró erróneamente las diferencias fonéticas entre LO y DO, aun cuando dichas unidades fonéticas presentan un mismo fonema vocálico /o/ y una sonoridad semejante.
(v) La existencia de un único fonema distinto no es suficiente para eliminar el riesgo de confusión, más aún cuando la secuencia vocálica es idéntica y la consonántica difiere sólo en una letra.
(vi) Desde el punto de vista gráfico, los signos también generan una impresión visual semejante, pues ambos están formados por términos compuestos por las mismas letras y dispuestas en un orden casi idéntico, la particular forma en que está diseñada la letra “L” en el signo solicitado puede ser percibida como una “D”, reforzando la similitud.
(vii) La presencia de los dos loros en el signo solicitado no constituye un elemento distintivo suficiente, ya que es común en la clase 30 el uso de animales en empaques de productos alimenticios.
(viii) La Comisión no tomó en cuenta que Pepsico es titular de una familia de marcas que comparten elementos denominativos comunes, lo que incrementa el riesgo de confusión indebida si el signo solicitado fuese registrado. Asimismo, omitió pronunciarse sobre la confusión indirecta en la resolución apelada.

Citó jurisprudencia que consideró aplicable al presente caso.

No obstante haber sido debidamente notificada Shanttal y Maricielo S.R.L. no absolvió el traslado del recurso de apelación.

II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

La Sala Especializada en Propiedad Intelectual deberá determinar si el signo solicitado LORITOS TU MARCA DE CONFIANZA y logotipo resulta confundible con la marca registrada DORITOS (Certificado N° 20011).

III. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

1. Informe de antecedentes

Se ha verificado lo siguiente:

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

a) La opositora, Pepsico, Inc. (Estados Unidos de América), es titular del registro de la marca de producto conformado por la denominación **DORITOS** que distingue café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas con cereales, pan, bizcochos, tortas, levadura, polvos para hacer subir; sal, mostaza; pimienta, vinagre; salsas; especias; hielo y todos los demás productos con exclusión de confitería y chocolatería de la **clase 30** de la Nomenclatura Oficial, inscrita bajo Certificado Nº 20011, vigente desde el 18 de agosto de 1995 y renovada hasta el 18 de agosto de 2035.

b) Asimismo, la opositora, Pepsico, Inc. también es titular de las siguientes marcas registradas en la clase 30:

Marca	Certificado
DORITOS DIPPAS	Nº 55800
	Nº 77658
	Nº 165693
DORITOS AFTER PARTY	Nº 1352
DORITOS RULETA	N° 202361
DORITOS POWER	N° 209855
DORITOS QUESO ATREVIDO	N° 210079
	N° 230886
	N° 230887

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

	N° 230888
	N° 251779
	N° 251938
DORITOS COOL BURN	N° 258700
	N° 4729
DORITOS HEATWAVE	N° 14651
DORITOS LOCOS	N° 37961

c) Existen en la clase 30 las siguientes marcas registradas a favor de distintos titulares que incluyen la denominación LORO / LORITO:

Marca	Certificado
	Nº 230280
	Nº 3161

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Lorocanela	Nº 357606
Santa Clara PICO DE LORO	Nº 328069

d) Oscar William Nicho Palomares (Perú), es titular del registro de la marca de producto conformado por la denominación MAIZORITOS y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo que distingue harinas y preparaciones a base de cereales, cereales, pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo, café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú de la **clase 30** de la Nomenclatura Oficial, inscrita bajo Certificado Nº 296722, vigente desde el 24 de julio de 2020 hasta el 24 de julio de 2030.



2. <u>Determinación del riesgo de confusión</u>

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.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

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-2015[3]), 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-2015[4], 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."*

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

[3] Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 3269 del 12 de abril de 2018.
[4] Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2728 del 22 de abril del 2016.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

de confusión, si la marca registrada anterior es muy débil, por lo que cuenta con una protección limitada.

2.1 Respecto de los productos

En el presente caso, se advierte que los signos están referidos a los siguientes productos:

Signo solicitado	DORITOS (Certificado N° 20011)
Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz, sal, mostaza, vinagre de la clase 30	Café, té, cacao, azúcar, arroz, tapioca, sagú, sucedáneos del café; harinas y preparaciones hechas con cereales, pan, bizcochos, tortas, levadura, polvos para hacer subir; sal, mostaza; pimienta, vinagre; salsas; especias; hielo y todos los demás productos con exclusión de confitería y chocolatería de la clase 30

Considerando que el extremo de la resolución de Primera Instancia que concluyó que los signos están referidos a algunos de los mismos productos y otros vinculados no ha sido apelado por las partes, éste ha quedado consentido, por lo que la Sala no emitirá pronunciamiento sobre este extremo.

2.2 Examen comparativo

Para determinar si dos signos son semejantes, es práctica de esta Sala 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.

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

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

jurisprudencia del Tribunal Andino y más recientemente en el Proceso N° 529-IP-2016[5].

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.

Cabe indicar que en caso de los signos mixtos deberá determinarse cuál es el elemento relevante del signo, es decir aquél que sirve para indicar el origen empresarial de los productos o servicios. Existen dos posibilidades:

a) que todos los elementos del signo mixto en su conjunto sirvan para indicar el origen empresarial de los productos o servicios; o
b) que sólo uno de los elementos indique el origen empresarial.

Sobre esto Fernández - Novoa[6] señala, *"…a la hora de comparar una marca mixta con otro signo distintivo, deben aplicarse tanto la pauta de la visión en conjunto como la ulterior pauta antes expuesta; a saber: la de la supremacía del elemento dominante que impregna la visión de conjunto de la correspondiente marca".*

El citado autor señala que *"de ordinario, el elemento dominante de una marca mixta está constituido por el elemento denominativo de la misma*". Considera que la primacía de esta pauta se basa en que *"a la hora de adquirir productos revestidos con una marca gráfico - denominativa, el público demanda los productos en el comercio señalándolos por su denominación y no gráficamente. (…) En algunos casos, el predominio del componente denominativo puede verse reforzado por una circunstancia ulterior, a saber: que la propia naturaleza del componente figurativo de la marca mixta hace que el público contemple tal componente como un elemento meramente decorativo que lejos de actuar como un índice identificador del producto, desempeña tan sólo el papel de contribuir a ornamentar la presentación del producto. Esta pauta deja de aplicarse, no obstante, en los supuestos en los que por ciertas razones el elemento figurativo de una marca mixta predomina sobre su componente denominativo".*

[5] Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 3034 del 31 de mayo de 2017.
[6] Fernández - Novoa, Tratado sobre Derecho de Marcas, Madrid 2001, p. 254 a 256.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

El autor agrega que existen dos grupos de factores que pueden hacer que el componente figurativo de una marca mixta adquiera preminencia, a saber: i) factores que inciden negativamente en el componente denominativo (tales como: la naturaleza descriptiva del mismo y la circunstancia de que el elemento denominativo forme parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros); ii) factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta (tales como: que la palabra ocupe un lugar ínfimo dentro de la estructura total del signo, la notoriedad adquirida por el elemento figurativo o la originalidad intrínseca del mismo).

En el caso concreto, atendiendo a que el signo solicitado constituye un signo mixto, deberá establecerse previamente si éste presenta algún elemento relevante que determine su impresión en conjunto.

En el caso del signo solicitado resulta relevante tanto el elemento denominativo, ya que será mediante dicha denominación como se solicitarán los productos en el mercado, como el aspecto gráfico, tal como se aprecia a continuación:



De otro lado, cabe precisar que, en el caso de denominaciones compuestas por más de un término, es necesario establecer si uno de los elementos predomina sobre el otro o cuál es el que sirve para determinar la impresión en conjunto, ya que pueden ser semejantes, si ambas contienen el mismo elemento relevante.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Cabe precisar que tal como señaló la Primera Instancia y además no ha sido apelado por las partes, la denominación TU MARCA DE CONFIANZA presente en el signo solicitado, será percibida como una frase laudatoria, toda vez que busca resaltar las cualidades de los productos que se pretende distinguir, esto es, que los productos signados con el signo solicitado tendrán una calidad garantizada.

Realizado el examen comparativo se advierte lo siguiente:

- Fonéticamente, se advierte que el elemento denominativo relevante del signo solicitado (LORITOS) y la marca registrada DORITOS, presentan una distinta secuencia de consonantes (L-R-T-S / D-R-T-S), y si bien comparten la terminación -RITOS, difieren en sus sílabas iniciales (LO / DO), siendo distinta la pronunciación de las letras L[7] y D[8], lo que genera una pronunciación de conjunto diferente

- Gráficamente, el signo solicitado presenta elementos gráficos y cromáticos propios (tales como la representación de dos loros ubicados sobre la denominación, una bandera en la parte superior, así como el uso predominante de colores rojo, verde y blanco en la composición), mientras que la marca registrada es denominativa, tal como se aprecia a continuación:

[7] **L**
1. f. Duodécima letra del abecedario español, que representa el fonema consonántico lateral alveolar. Definición extraída del Diccionario de la Lengua Española (vigésima segunda edición) disponible en: www.rae.es.

[8] **D**
1. f. Cuarta letra del abecedario español, que representa el fonema consonántico dental sonoro. Definición extraída del Diccionario de la Lengua Española (vigésima segunda edición) disponible en: www.rae.es.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Signo solicitado	Marca registrada
	DORITOS

- Conceptualmente, el signo solicitado LORITOS hace referencia a un ave[9] pequeña, mientras que la denominación DORITOS será percibida como una denominación de fantasía.

Asimismo, cabe señalar que conforme lo ha señalado el Tribunal Andino en el Proceso N° 27-IP-96[10] que - *dependiendo de cada caso en concreto* - el aspecto conceptual puede ser determinante en la comparación de signos denominativos. Así, "*si un signo o una designación tienen un contenido conceptual, esta palabra representa para el consumidor una posibilidad de una más rápida memorización que otra que carezca de tal contenido.*"

Tal como lo ha señalado el Tribunal Andino en el Proceso N° 403-IP-2015 se señala que "la similitud ideológica, se produce entre signos que evocan la misma o similar idea, que deriva del contenido o del parecido conceptual de los signos. Por tanto, cuando los signos representan o evocan una misma cosa, característica o idea, se estaría impidiendo al consumidor distinguir una de otra".

En tal sentido, si el contenido ideológico o conceptual de los signos es de conocimiento generalizado en el público consumidor, es de entenderse que este medio comparativo puede ser de aplicación preferente sobre los otros aspectos.

---

[9] **Loro**
1. m. Papagayo, ave, y más particularmente el que tiene el plumaje con fondo rojo.
Definición extraída del Diccionario de la Lengua Española (vigésima segunda edición) disponible en: www.rae.es.

[10] Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena Nº 279 del 25 de julio de 1997, p. 7.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

2.3 Riesgo de confusión

Por lo expuesto, si bien los signos en cuestión están destinados a distinguir los mismos productos y otros vinculados; éstos presentan diferencias fonéticas, gráficas y conceptuales lo que determina, tomando en cuenta el grado de atención que se presta para este tipo de productos, que sea posible su coexistencia pacífica en el mercado sin riesgo de inducir a confusión al público consumidor.

Asimismo, en atención a lo establecido en el artículo 45 inciso e) del Decreto Legislativo 1075[11], aunque se le ha reconocido a la opositora una familia de marcas en base al elemento común DORITOS, no se advierte que en el signo solicitado se reproduzca dicho elemento, siendo su aspecto fonético, gráfico y conceptual suficiente para diferenciar a los signos y a su origen empresarial.

En consecuencia, el signo solicitado no se encuentra incurso en la causal de prohibición de registro establecida en el artículo 136 inciso a) de la Decisión 486, razón por la cual corresponde acceder a su registro.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

Primero.- Declarar INFUNDADO el recurso de apelación interpuesto por Pepsico, Inc.

Segundo.- CONFIRMAR la Resolución N° 2862-2025/CSD-INDECOPI de fecha 3 de junio de 2025, que que declaró INFUNDADA la oposición formulada por

[11] **Artículo 45.- Determinación de semejanza**
A efectos de establecer si dos signos son semejantes y capaces de inducir a confusión y error al consumidor, la Dirección competente tendrá en cuenta, principalmente los siguientes criterios:
a) la apreciación sucesiva de los signos considerando su aspecto de conjunto, y con mayor énfasis en las semejanzas que en las diferencias;
b) el grado de percepción del consumidor medio;
c) la naturaleza de los productos o servicios y su forma de comercialización o prestación, respectivamente;
d) el carácter arbitrario o de fantasía del signo, su uso, publicidad y reputación en el mercado; y,
e) si el signo es parte de una familia de marcas.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

Pepsico, Inc. y, en consecuencia, dispuso INSCRIBIR (entiéndase **OTORGAR**) a favor de Shanttal y Maricielo S.R.L. (Perú) el registro de la marca de producto constituida por la denominación LORITOS TU MARCA DE CONFIANZA y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo, para distinguir café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz, sal, mostaza, vinagre de la clase 30 de la Nomenclatura Oficial.

Con la intervención de los Vocales: Diego Tomás Rafael Vega Castro-Sayán, José Carlos Bellota Zapata, Sylvia Teresa Bazán Leigh y Maritza Yesenia Agüero Miñano

Indecopi Firma Digital
INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Firmado digitalmente por VEGA CASTRO-SAYAN Diego Tomas Rafael FAU 20133840533 soft
Motivo: Soy el autor del documento
Fecha: 14.04.2026 13:08:30 -05:00

DIEGO TOMÁS RAFAEL VEGA CASTRO-SAYÁN
Presidente de la Sala Especializada en Propiedad Intelectual

/ob.

INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú / Telf: 224 7800
e-mail: consultas@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe