

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

SOLICITANTE : BRAEDT S.A.

OPOSITORA : MARITZA SILVIA ARAKI OKADA

Análisis de riesgo de confusión entre signos que distinguen productos de la clase 29 y productos de la clase 30 y servicios de la clase 43 de la Nomenclatura Oficial: Inexistencia

Lima, veintisiete de abril de dos mil veintiséis.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 21 de julio de 2023, Braedt S.A. (Perú) solicitó el registro de la marca de producto constituida por la denominación **FRANKFURTER KILOMETRICO BRAEDT**, para distinguir carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio de la **clase 29** de la Nomenclatura Oficial.

Con escrito de fecha 12 de setiembre de 2023, Maritza Silvia Araki Okada (Perú), formuló oposición manifestando lo siguiente:

(i) Es titular de las siguientes marcas:

Marcas	Certificado N°	Clase	Distingue
	341709	30	Café, té, cacao y sucedáneos del café; productos de panadería y pastelería; bebidas a base de café; bebidas a base de té e infusiones; bebidas a base de maíz; arroz; pastas alimenticias y fideos; harinas y preparaciones a base de cereales; productos de confitería; chocolate; helados; batidos a base de helado; azúcar, miel, jarabe de melaza; productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; salsas y otros condimentos; hielo; pizzas; tartas y pasteles salados; sándwiches; comidas preparadas a base de pan, arroz o fideos; palomitas de maíz; tamales; mazamorra a base de maíz; arroz con leche

**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual****RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI****EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD**

	148162	43	Servicios de expendio de alimentos y bebidas preparados (alimentación); servicios de restaurantes; servicios de cafeterías; servicios de restaurantes y cafeterías de autoservicio; servicios de restaurantes y cafeterías de comidas para llevar; servicios de catering; servicios de chefs de cocina a domicilio; alquiler de aparatos de cocina, repostería y pastelería; servicios de comida rápida; información y asesoramiento en materia de preparación de comidas, sándwiches, pasteles y postres; servicios de cafeterías, comida rápida, catering y restaurantes a través de franquicias; hospedaje temporal
---	--------	----	--

- (ii) Los signos son semejantes, dado que están conformados por la denominación KILOMETRICO y además, distinguen productos y servicios que se encuentran vinculados.

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

Con fechas 12 y 18 de diciembre de 2023, la solicitante Braedt S.A. absolvió el traslado de la oposición señalando lo siguiente:

- Cuenta con dos familias marcarias asociadas a la presente solicitud de inscripción marcaria. A saber, aquellas asociadas a la palabra “BRAEDT” y aquella asociada al término “FRANKFURTER”.
- En efecto, cuenta con la marca “FRANKFURTER JUMBO BRAEDT CALIDAD DESDE 1865” en la clase 29, (Certificado N° 209130), y, con la marca “BRAEDT” en la clase 29 (Certificado N° 52305).
- La marca “EL KILOMÉTRICO” es una marca débil, razón por la cual su existencia no debería obstaculizar su registro marcario.
- La palabra “El Kilométrico” es una locución genérica y descriptiva.
- Los signos no resultan semejantes.
- La parte más resaltante de su signo es “BRAEDT”, el cual corresponde a la “house mark” o marca de casa, lo cual lo hace diferente y distinguible ante cualquier otra marca.
- La distintividad de su signo se basa en la palabra “BRAEDT”, la cual es una marca notoria y reconocible en el mercado.

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 (...)”

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

- (viii) Se está frente a una “House Mark” notoria pues utiliza parte de su denominación social.

Mediante Resolución N° 3827-2025/CSD-INDECOPI de fecha 21 de julio de 2025, la Comisión de Signos Distintivos declaró **INFUNDADA** la oposición formulada y, en consecuencia, dispuso INSCRIBIR (entiéndase: **OTORGAR**) el registro del signo solicitado. La Comisión consideró lo siguiente:

Respecto a la notoriedad alegada por la solicitante

- (i) Braedt S.A. señaló que la distintividad de su signo se basa en la palabra “BRAEDT”, la cual es una marca notoria y reconocible en el mercado.
- (ii) Asimismo, señaló que se está también frente a una “House Mark” notoria pues utiliza parte de su denominación social.
- (iii) En el procedimiento de registro iniciado por Braedt S.A., no corresponde emitir pronunciamiento respecto de la notoriedad alegada por la solicitante.

Familia de marcas alegada por la solicitante

- (i) Si bien la solicitante refirió contar con “dos familias de marcas”, una asociada a la palabra “BRAEDT” y la otra asociada al término “Frankfurter”, se verifica que Braedt S.A. sólo cuenta con el registro de la marca FRANKFURTER JUMBO BRAEDT CALIDAD DESDE 1865 (sin reivindicar el término FRANKFURTER JUMBO) y logotipo en la clase 29 de la Nomenclatura Oficial, inscrita con Certificado N° 209130 desde el 31 de marzo de 2014 y vigente hasta el 31 de marzo de 2034, tal y como lo señaló la propia solicitante.
- (ii) En ese sentido, no es posible establecer una familia de marcas a su favor únicamente en base a una marca y además en donde el elemento común alegado (a saber, “Frankfurter”) no fue reivindicado, por tratarse de un término que hace referencia a un tipo de salchicha alemana elaborada en Fráncfort del Meno, en alemán Frankfurt am Main, por lo que dicho término es usado con frecuencia en el mercado para hacer referencia a un tipo de salchicha elaborada a base de carne de cerdo o res, sazonado en ciertos casos con hierbas; por lo que no se cumple con el elemento objetivo para su configuración relacionado con la existencia de una pluralidad de marcas registradas a favor de un mismo titular que presenten algún elemento distintivo en común.
- (iii) Respecto del término común BRAEDT, existe una pluralidad de marcas registradas sólo a favor de la solicitante tanto en la clase 29 como en la clase 43, las cuales presentan en común la denominación BRAEDT en las

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

referidas clases (no estando dicho elemento presente en ningún otro signo inscrito a favor de terceros en tales clases).

- (iv) Asimismo, al tratarse del único titular que tiene marcas registradas con el término BRAEDT para distinguir productos tanto de la clase 29 como de la clase 43 de la Nomenclatura Oficial, resulta razonable asumir que dicha denominación por sí sola será percibida por el público consumidor como proveniente del origen empresarial de la solicitante.
- (v) En tal sentido, al estar presentes los supuestos necesarios para establecer una familia de marcas, es posible reconocer su existencia a favor de la solicitante respecto a la denominación BRAEDT tanto en la clase 29 como en la clase 43 de la Nomenclatura Oficial.

Respecto de la evaluación del riesgo de confusión

- (i) La opositora, Maritza Silvia Araki Okada sustentó su oposición en base a la titularidad de las siguientes marcas:

Marcas	Certificado N°	Clase
	341709	30
	148162	43

Respecto de la marca registrada EL KILOMETRICO y logotipo (Certificado N° 341709)

Los signos en cuestión distinguen algunos productos vinculados.

Respecto de la marca registrada EL KILOMETRICO y logotipo (Certificado N° 148162)

Los signos en cuestión distinguen algunos productos y servicios vinculados. La denominación FRANKFURTER (en el signo solicitado) constituye un elemento descriptivo, ya que informa de manera directa alguna de las características de los productos, a saber, que se trata de un tipo de salchicha alemana razón por la cual dicho elemento no será considerado en el presente examen comparativo.

- (ii) Por otro lado, el término KILOMÉTRICO resulta descriptivo, dado que informa de manera directa alguna de las características de los productos a

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

los que se refieren, esto es, al tamaño o longitud del producto. En efecto, en el mercado se hace referencia a dicho término para describir el tamaño o longitud de los *hot dog*, siendo estos de una extensión mayor. Por ejemplo: hot dog kilométrico RAZZETO, hot dog kilométrico RICO, hot dog kilométrico TIPTOP entre otros. En ese sentido, dicho término no será tomado en cuenta al momento de realizar el examen comparativo entre los signos.

- (iii) Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado FRANKFURTER KILOMETRICO BRAEDT y logotipo y las marcas registradas EL KILOMETRICO y logotipo (Certificado N° 341709) y EL KILOMETRICO y logotipo (Certificado N° 148162), se advierte que dichos signos no son semejantes.

Conclusión

Respecto de la marca EL KILOMETRICO y logotipo (Certificado N° 341709) registrada en la clase 30

Si bien los signos distinguen algunos productos vinculados, dado que los signos en conflicto son diferentes, el otorgamiento del registro solicitado no será susceptible de producir riesgo de confusión en el público consumidor, por lo que corresponde declarar infundada la oposición formulada en este extremo.

Respecto de la marca EL KILOMETRICO y logotipo (certificado N° 148162) registrada en la clase 43

Si bien los signos distinguen algunos productos y servicios vinculados, dado que los signos en conflicto son diferentes, el otorgamiento del registro solicitado no será susceptible de producir riesgo de confusión en el público consumidor, por lo que corresponde declarar infundada la oposición formulada en este extremo.

Examen de registrabilidad

- (i) El signo solicitado presenta en su estructura los términos FRANKFURTER KILOMETRICO. Así, dichos términos resultan descriptivos. En efecto, informan sobre algunas de las características de los productos, por un lado, por el tipo de salchicha, y por el otro, el tamaño o longitud del producto.
- (ii) El signo solicitado además está conformado por otro elemento denominativo, sobre el cual recae la distintividad del signo solicitado, siendo éste capaz de otorgar en su conjunto la distintividad requerida para identificar un producto y a su vez diferenciarse de los demás,
- (iii) En tal sentido, no se otorga derechos exclusivos sobre la denominación FRANKFURTER KILOMETRICO aisladamente considerada; y por lo tanto,

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

Braedt S.A, no podrá oponerse a que terceros utilicen dicha denominación en la comercialización de sus productos.

Con fecha 21 de agosto de 2025 la opositora Maritza Silvia Araki Okada interpuso recurso de **apelación** manifestando lo siguiente:

- (i) La Primera Instancia haya excluido el término “KILOMÉTRICO” del examen comparativo por considerarlo descriptivo, lo cual considera incorrecto.
- (ii) El término “KILOMÉTRICO” sí cuenta con aptitud distintiva, por lo que debe ser tomado en cuenta en la comparación de los signos.
- (iii) Los signos son semejantes, dado que el signo solicitado incluye el término “KILOMÉTRICO”, el cual constituye el elemento central de sus marcas registradas.
- (iv) La Primera Instancia no acreditó que el consumidor utilice el término “KILOMÉTRICO” para describir características de los productos, por lo que no puede considerarse descriptivo.
- (v) En el mercado el consumidor utiliza expresiones como “grande”, “mediano” o “pequeño”, mas no “kilométrico”, para referirse al tamaño de los productos.
- (vi) La referencia al uso del término “KILOMÉTRICO” para hot dogs no resulta aplicable al presente caso, dado que los productos solicitados no incluyen dicho producto.
- (vii) Existe riesgo de confusión, debido a que sus marcas y el signo solicitado comparten el término “KILOMÉTRICO” y distinguen productos y servicios vinculados.
- (viii) El signo solicitado es denominativo, por lo que todos sus elementos deben ser considerados relevantes en el análisis.
- (ix) Permitir el registro debilitaría la distintividad de sus marcas, al no existir otras marcas de terceros que incluyan el término “KILOMÉTRICO”.

No obstante haber sido debidamente notificada la solicitante Braedt S.A. no absolvió el traslado de la apelación.

II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

La Sala Especializada en Propiedad Intelectual deberá determinar si existe riesgo de confusión entre el signo solicitado FRANKFURTER KILOMETRICO BRAEDT y las marcas registradas base de la oposición.

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

III. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

1. Informe de antecedentes

Se ha verificado que:

a) La opositora, Maritza Silvia Araki Okada (Perú) es titular de las siguientes marcas:

- La marca de producto constituida por la denominación EL KILOMETRICO y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo que distingue café, té, cacao y sucedáneos del café; productos de panadería y pastelería; bebidas a base de café; bebidas a base de té e infusiones; bebidas a base de maíz; arroz; pastas alimenticias y fideos; harinas y preparaciones a base de cereales; productos de confitería; chocolate; helados; batidos a base de helado; azúcar, miel, jarabe de melaza; productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; salsas y otros condimentos; hielo; pizzas; tartas y pasteles salados; sándwiches; comidas preparadas a base de pan, arroz o fideos; palomitas de maíz; tamales; mazamorra a base de maíz; arroz con leche de la **clase 30** de la Nomenclatura Oficial inscrita bajo Certificado N° 341709, con vigencia desde el 20 de junio de 2023 hasta el 20 de junio de 2033.



- La marca de servicio constituida por la denominación EL KILOMETRICO y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo que distingue servicios de expendio de alimentos y bebidas preparados (alimentación); servicios de restaurantes; servicios de cafeterías; servicios de restaurantes y cafeterías de autoservicio;



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

servicios de restaurantes y cafeterías de comidas para llevar; servicios de catering; servicios de chefs de cocina a domicilio; alquiler de aparatos de cocina, repostería y pastelería; servicios de comida rápida; información y asesoramiento en materia de preparación de comidas, sándwiches, pasteles y postres; servicios de cafeterías, comida rápida, catering y restaurantes a través de franquicias; hospedaje temporal de la **clase 43** de la Nomenclatura Oficial inscrita bajo Certificado N° 148162, con vigencia desde el 16 de junio de 2023 hasta el 16 de junio de 2033.



- b) Corporación Primax S.A. (Perú) fue titular de la marca de producto constituida por la denominación KILOMÉTRICO LISTO! y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo, para distinguir carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne, frutas en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, mermeladas, compotas; huevos, leche y productos lácteos, aceite y grasas comestibles de la **clase 29** de la Nomenclatura Oficial, inscrita bajo Certificado N° 191921, con vigencia desde el 27 de setiembre de 2012 hasta el 27 de setiembre de 2022.



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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

- c) Kilómetros de Pizza, S.L. (España) es titular de la marca de producto constituida por la denominación KILÓMETROS DE PIZZA y logotipo (se reivindican colores), conforme al modelo que distingue servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal; servicios de bares, restaurantes y cafeterías; servicios de catering; servicios de bebidas y comidas preparadas; servicios de preparación de comidas para llevar de la **clase 43** de la Nomenclatura Oficial inscrita bajo Certificado N° 95700, con vigencia desde el 5 de setiembre de 2016 hasta el 5 de setiembre de 2026.



- d) La solicitante, Braedt S.A. (Perú) es titular de las siguientes marcas registradas:

Marca	Certificado	Clase
	N° 209130	29
	N° 8941	29
	N° 22191	29
BRAEDT CASERO	N° 48528	29
	N° 8941	43
	N° 22191	43
RINCÓN PARRILLERO DE BRAEDT	N° 37960	43

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

2. Determinación del riesgo de confusión

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

Con relación a la figura del riesgo de confusión, cabe tener en cuenta la interpretación prejudicial realizada por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (Proceso N° 198-IP-2015²), 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-2015³, 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

² Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 3269 del 12 de abril de 2018.

³ Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2728 del 22 de abril del 2016.

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

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

2.1 Respetto de los productos y servicios

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

Signo solicitado	Certificado N° 341709
Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio de la clase 29	Café, té, cacao y sucedáneos del café; productos de panadería y pastelería; bebidas a base de café; bebidas a base de té e infusiones; bebidas a base de maíz; arroz; pastas alimenticias y fideos; harinas y preparaciones a base de cereales; productos de confitería; chocolate; helados; batidos a base de helado; azúcar, miel, jarabe de melaza; productos para sazonar, especias, hierbas en conserva; salsas y otros condimentos; hielo; pizzas; tartas y pasteles salados; sándwiches; comidas preparadas a base de pan, arroz o fideos; palomitas de maíz; tamales; mazamorra a base de maíz; arroz con leche de la clase 30
	Certificado N° 148162 Servicios de expendio de alimentos y bebidas preparados (alimentación); servicios de restaurantes; servicios de cafeterías; servicios de restaurantes y cafeterías de autoservicio; servicios de restaurantes y cafeterías de comidas para llevar; servicios de catering; servicios de chefs de cocina a domicilio; alquiler de aparatos de cocina, repostería y pastelería; servicios de comida rápida; información y asesoramiento en materia de preparación de comidas, sándwiches, pasteles y postres; servicios de cafeterías, comida rápida, catering y restaurantes a través de franquicias; hospedaje temporal de la clase 43

Considerando que el extremo de la resolución de Primera Instancia que concluyó que los signos están referidos a la identidad y/o vinculación entre algunos de los mismos productos y servicios 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.

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

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 jurisprudencia del Tribunal Andino y más recientemente en el Proceso N° 529-IP-2016⁴.

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

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

También se debe partir de la impresión en conjunto en el caso de los signos mixtos que son aquellos conformados por una denominación y un elemento figurativo. En estos casos, deberá determinarse cuál es el elemento relevante del signo, 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.

Conforme lo señala Fernández - Novoa⁵, *“...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*

⁴Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 3034 del 31 de mayo de 2017.

⁵Fernández - Novoa, Tratado sobre Derecho de Marcas, Madrid 2001, p. 254 a 256.

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

elemento dominante que impregna la visión de conjunto de la correspondiente marca. Por consiguiente, de manera paralela a lo que sucede en la hipótesis de la comparación de las marcas denominativas complejas, en el caso de que en la comparación entre signos distintivos intervenga una marca mixta, hay que esforzarse por encontrar el elemento dominante de la correspondiente marca mixta”.

Señala que “de ordinario, el elemento dominante de una marca mixta está constituido por el elemento denominativo de la misma”; precisando que “cuando en la comparación entre signos distintivos participa una marca mixta, debe aplicarse la pauta de que en una marca mixta el elemento denominativo prevalece, por regla general, sobre el componente gráfico o figurativo.” 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 de una marca mixta 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”.

El autor señala que entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos, a saber: i) un primer grupo, que comprende 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) un segundo grupo, que comprende 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).

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

En el caso concreto, atendiendo a que las marcas registradas constituyen signos de naturaleza mixta, deberá establecerse previamente si presentan algún elemento relevante que determine su impresión en conjunto.

En ese sentido, se advierte que en los mencionados signos resultan relevantes tanto el aspecto denominativo, por ser la forma cómo el público consumidor solicitará los productos en el mercado; como el aspecto gráfico que los conforman, tal como se aprecia a continuación:

Marcas	Certificado N°
	341709
	148162

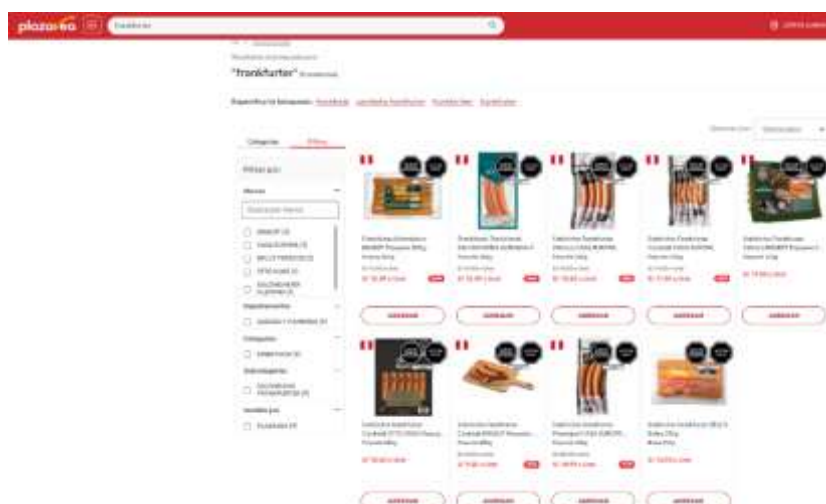
En el caso de denominaciones compuestas por más de un término, es necesario establecer si uno de los elementos predomina sobre el otro o cuál es el que sirve para determinar la impresión en conjunto, ya que pueden ser semejantes, si ambas contienen el mismo elemento relevante. Ello sólo se puede determinar en cada caso concreto y analizando la particular formación de la denominación compuesta de que se trata.

Así, en el caso del signo solicitado FRANKFURTER KILOMETRICO BRAEDT, resulta relevante la denominación BRAEDT, toda vez que, la denominación FRANKFURTER será percibida como descriptiva respecto de los productos que se pretende distinguir en la clase 29 de la Nomenclatura Oficial, dado que en el mercado peruano se emplea de manera habitual para referirse a un tipo de salchicha. En efecto, diversos proveedores comercializan productos bajo dicha denominación, como ocurre con la oferta de “salchicha frankfurter” en supermercados y tiendas en línea (por ejemplo, productos comercializados en plataformas como Plaza Vea o Wong), donde el término identifica el tipo de embutido y no su origen empresarial, tal como se aprecia a continuación:

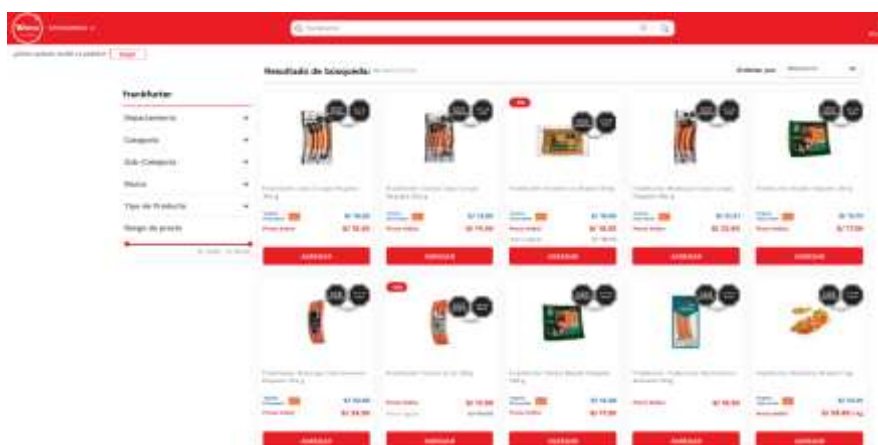
**TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL**
Sala Especializada en Propiedad Intelectual

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD



<https://www.plazavea.com.pe/>



<https://www.wong.pe/>

De otro lado, la denominación KILOMÉTRICO también resulta descriptiva, en tanto informa sobre una característica de los productos, referida a su tamaño o longitud⁶.

⁶ Kilométrico, ca

adj. De muy larga extensión o duración.

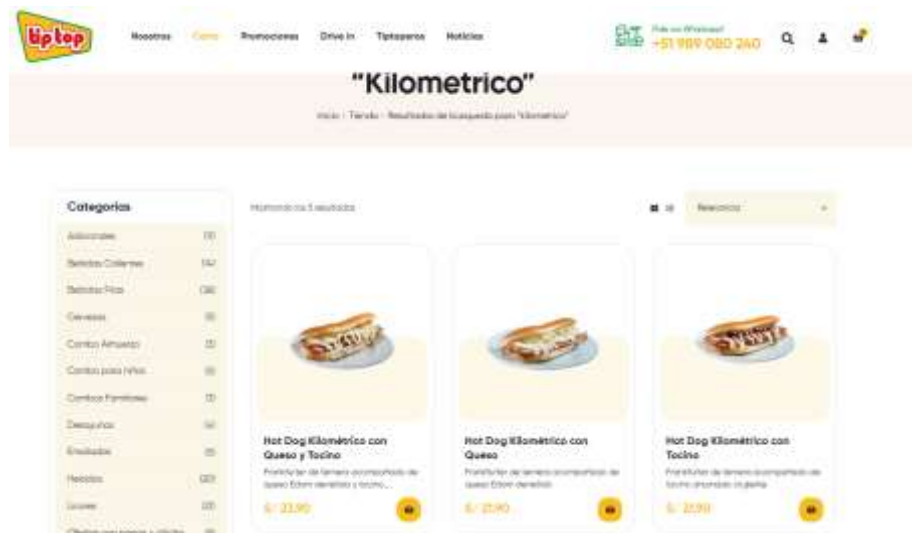
Definición extraída del Diccionario de la Lengua Española (vigésima segunda edición) disponible en: www.rae.es.

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

En efecto, en el mercado se advierte el uso de dicha expresión en la oferta comercial de alimentos preparados, como ocurre con productos denominados “hot dog kilométrico”, ofrecido por restaurantes, en los que dicho término es empleado para resaltar la extensión o tamaño del producto y no para identificar su origen empresarial, tal como se puede observar en la carta digital de establecimientos como Tip Top, donde se comercializan productos bajo la denominación “Hot Dog Kilométrico”.



<https://tiptop.com.pe/>

Por lo anterior, las denominaciones FRANKFURTER y KILOMÉTRICO no serán tomadas en cuenta a efectos de realizar el examen comparativo.

Realizado el examen comparativo correspondiente se advierte lo siguiente:

- a) Entre el signo solicitado FRANKFURTER KILOMETRICO **BRAEDT** y la marca **EL KILOMETRICO y logotipo** (Certificado N° 341709) registrada en la clase 30:

Desde el punto de vista fonético, el elemento denominativo relevante del signo solicitado (BRAEDT) y la marca registrada EL KILOMETRICO,

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

difieren en su secuencia de vocales (A-E / E I-O-E-I-O) y de consonantes (B-R-D-T / L K-L-M-T-R-C), por lo que generan una pronunciación y entonación de conjunto diferente.

Desde el punto de vista gráfico, el signo solicitado es denominativo mientras que la marca registrada presenta elementos figurativos y cromáticos, tal como se aprecia a continuación:

Signo solicitado	Marca registrada
FRANKFURTER KILOMETRICO BRAEDT	

- b) Entre el signo solicitado FRANKFURTER KILOMETRICO **BRAEDT** y la marca **EL KILOMETRICO y logotipo** (Certificado N° 148162) registrada en la clase 43:

Fonética y gráficamente, se advierten las mismas precisiones señaladas en el literal a).

Signo solicitado	Marca registrada
FRANKFURTER KILOMETRICO BRAEDT	

2.3 Riesgo de confusión

Respecto de la marca **EL KILOMETRICO y logotipo** (Certificado N° 341709) registrada en la clase 30

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

Si bien los signos en cuestión están destinados a distinguir productos vinculados; éstos presentan diferencias fonéticas y gráficas lo que determina, tomando en cuenta el grado de atención que se presta para este tipo de productos, que 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.

Respecto de la marca EL KILOMETRICO y logotipo (Certificado N° 148162) registrada en la clase 43

Si bien los signos en cuestión están destinados a distinguir productos y servicios vinculados; éstos presentan diferencias fonéticas y gráficas lo que determina, tomando en cuenta el grado de atención que se presta para este tipo de productos, que 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.

3. Conclusión

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 su acceso a registro.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

Primero.- Declarar INFUNDADO el recurso de apelación interpuesto Maritza Silvia Araki Okada.

Segundo.- CONFIRMAR la Resolución N° 3827-2025/CSD-INDECOPI de fecha 21 de julio de 2025, que dispuso INSCRIBIR (entiéndase OTORGAR) a favor de Braedt S.A. (Perú), el registro de la marca de producto constituida por la denominación FRANKFURTER KILOMETRICO BRAEDT (**sin reivindicar la denominación FRANKFURTER KILOMÉTRICO**), para distinguir carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche, quesos, mantequilla, yogur y otros

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

RESOLUCIÓN N° 0685-2026/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 31193-2023/DSD

productos lácteos; aceites y grasas para uso alimenticio de la clase 29 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***

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

/ob.