

Exp.: 215319-2004

Sumilla: Plantea cuestión preliminar, absuelve oposición y otros

SEÑOR JEFE DE LA OFICINA DE SIGNOS DISTINTIVOS DEL INDECOPI:

TRIPLAY ENCHAPES S.A.C. (en adelante, TREN SAC), identificada con R.U.C. N° 20103859621, representada por sus apoderados, señor Manuel C. Gamarra Temero, identificado con D.N.I N° 05234888 y Miluska Luisa Valdez Chuquizuta, identificada con DNI N° 07969831, según copia de vigencia de poder que se adjunta a la presente, todos con domicilio real ubicado en la Avenida Navarro Cauper N° 980, Punchana, Iquitos, Provincia de Maynas, Departamento de Loreto, *respecto a la solicitud de inscripción de marca*, respetuosamente decimos:

I. CUESTIÓN PRELIMINAR- EL INTERÉS LEGÍTIMO

- i) Antes de pasar a absolver la oposición formulada por la empresa Unión de Cervecerías Peruanas Backus & Johnston S.A.A. (en adelante, “**la oponente**”), planteamos como **cuestión preliminar** –que deberá ser analizada por vuestra Oficina antes de resolver el fondo de los argumentos esgrimidos por la opositora- **que la misma no contaba con el requisito de admisibilidad “del legítimo interés”** exigido por los respectivos artículos 146° de la Ley de Propiedad Industrial¹ y la Decisión 486², a efectos de plantear su supuesta oposición.

Como es de conocimiento de vuestra Oficina, los preceptos legales antes señalados³ establecen de manera expresa que sólo aquella persona que tenga legítimo interés podrá

¹ Decreto Legislativo N° 823

² Régimen Común sobre Propiedad Industrial

³ Artículo 146.- Dentro del plazo de treinta días siguientes a la fecha de la publicación, quien tenga legítimo interés, podrá presentar, por una sola vez, oposición fundamentada que pueda desvirtuar el registro de la marca (...) las oposiciones temerarias podrán ser sancionadas si así lo disponen las normas nacionales.

oponerse a la inscripción de una marca; siendo que incluso la Decisión 486 establece *que podrán sancionarse las oposiciones temerarias*- es decir, las planteadas con mala fe y con el *animus* de dilatar o impedir la obtención de la inscripción del registro de una marca. Valga decir, aquellas oposiciones planteadas SIN UN VERDADERO LEGÍTIMO INTERÉS.

- ii) Ahora bien, la oponente aduce como ***legítimo interés*** que: *"(...) debido a su posición de liderazgo en la economía nacional, una de las principales preocupaciones de nuestra empresa es la de velar por el cabal cumplimiento del ordenamiento legal y el respeto a los derechos de terceros entre los que sin duda se encuentran las referencias a los derechos de propiedad industrial. Por tanto, en salvaguarda de estos derechos, que debemos oponernos al registro de cualquier signo que consideramos, vulnera los Derechos de Propiedad Industrial tanto de nuestra empresa como de quienes compiten en el mercado"*.

De lo expuesto por la oponente podemos ***deducir que ésta justifica su legítimo interés*** en razón a ***"Su posición de liderazgo en la economía nacional la cual la autoriza a velar o salvaguardar el cumplimiento de la leyes sobre Propiedad Industrial, sus derechos y los de terceros que compiten en el mercado"***.

- iii) Preliminarmente, consideramos que ninguna posición dominante en el mercado otorga el legítimo interés a una empresa para oponerse al registro de una marca; la doctrina ha señalado de manera unánime⁵ que el único y justificado legítimo interés para oponerse a la inscripción de una marca, es aquel que se configura cuando dicha inscripción afecta el derecho de un particular, el de terceros o los del sector del mercado en el que se desenvuelven.
- iv) Conforme a lo antes señalado, consideramos que el argumento esgrimido por la oponente carece de sustento fáctico y jurídico⁶ dado que no ha indicado: ¿Cuál derecho pretende proteger con la oposición?, o ¿Cuál derecho se ve afectado, a fin de oponerse

⁴ Artículo 146.-Dentro de los treinta días hábiles siguientes a la publicación, cualquier persona que tenga legítimo interés, podrá presentar observaciones al registro de la marca solicitada.

⁵ Como más adelante lo comentaremos

⁶ En el punto II de presente escrito pasaremos a exponer las consideraciones por las cuales establecemos que los argumentos expuestos por la oponente a efectos de sustentar la oposición no tienen asidero en las normas establecidas para la regulación de la Propiedad Industrial.

a la inscripción de la marca?; o en último de los casos, ni siquiera ha efectuado referencia respecto a ¿Quiénes son los supuestos terceros a los que pretende proteger?

- v) Es en ese sentido, conforme abundaremos en líneas posteriores, que consideramos que la intención subyacente de la oposición planteada por la oponente es **“impedir o obstaculizar o dilatar”** el ingreso de nuevas marcas nacionales de cerveza al mercado nacional que puedan ser comercializadas por nuevos inversionistas en el sector.

Nos explicamos:

1.1. ¿QUIÉN TIENE LEGÍTIMO INTERÉS PARA Oponerse A LA INSCRIPCIÓN DE UNA MARCA?

- 1.1.1 Partiendo de lo expuesto por el Doctor Pachón podemos señalar que: *“Cualquier persona interesada no puede entenderse en derecho como cualquier persona que se toma el trabajo de presentar la solicitud de oposición al registro del modelo, sino que debe ser una persona que reúna ciertas y determinadas características, y no pueden considerarse como equivalentes las expresiones cualquier persona y cualquier persona interesada. (...) **Para que exista interés, según lo señalado por los autores Auby y Drago, debe examinarse un doble aspecto: “por una parte, la incidencia del acto administrativo en relación con el demandante, y, por otra, la situación del demandante, con respecto al acto”**”.*

Por tanto, podemos establecer que una persona tendrá legítimo interés para oponerse al acto de inscripción de una marca siempre y cuando éste afecte algún derecho preexistente de la misma o dicho acto perjudique el sector del mercado en el que la oponente se desenvuelve.

- 1.1.2 Lo antes expuesto es el criterio seguido por la Organización Mundial de la Propiedad Intelectual (OMPI)⁸, la cual en el caso “BANESTO”⁹ estableció **en cuanto al legítimo**

⁷Pachón Muñoz, Manuel "Protección de los derechos de propiedad industrial". Temis, Bogota, 1986

⁸Ver: http://www.opinionvirtual.com/proteccion_de_domínios/caso_banesto.net.php

interés del oponente que a efectos de acreditar dicha condición es necesario que concurren tres factores o elementos: i) Que el signo distintivo a inscribirse sea idéntico, u ofrezca semejanza que produzca la confusión, con una marca de productos o servicios anterior sobre la cual la oponente tenga derechos; ii) Que el oponente alegue que el solicitante carece de interés legítimo para inscribir la marca¹⁰; iii). Que el signo distintivo pretenda ser registrado y usado de mala fe en perjuicio de una persona o un sector del mercado.

1.1.3 Como se puede apreciar de lo antes desarrollado, a efectos de formular una oposición es necesario que el oponente se encuentre en una situación de perjuicio respecto a un derecho adquirido con anterioridad o se configure una afectación real del sector del mercado en el que éste se desenvuelve o se configure la afectación de terceros; de lo contrario nos encontraremos ante un caso de una oposición en la que el oponente carece de legitimidad e interés.

1.2. ¿CUÁLES SON LOS INDICIOS QUE DEMUESTRAN QUE LA Oponente CARECE DE LEGÍTIMO INTERÉS?

1.2.1. Sin perjuicio de lo expuesto en la parte Introdutoria de la Cuestión Preliminar (puntos iv y v), podemos establecer de manera efectiva que la oponente carece de legítimo interés, toda vez que: i) La marca cuya inscripción hemos solicitado no es idéntica, ni similar, ni produce confusión con una marca inscrita sobre la cual la oponente tenga derechos; ii) Nuestra empresa -tal como lo pasaremos a exponer mas adelante- **cuenta con interés legítimo para inscribir la marca, dado que es accionista de la empresa Cervecería Amazónica S.A.C.**; iii) De ninguna manera podría interpretarse o inferirse que la marca cuya inscripción hemos solicitado pueda ser usada en perjuicio de la industria cervecera peruana o de "terceros competidores"; por el contrario, si es que

⁹ Pronunciamento expedido con fecha 18 de marzo de 2000

¹⁰ Es decir, se trate de un acto especulativo, punto que será desarrollado posteriormente en el presente escrito.

pretendemos acceder a dicho sector es para contribuir con el desarrollo de la industria nacional.

- 1.2.2. Por lo tanto, consideramos que el argumento que supuestamente justifica el legítimo interés de la oponente para formular oposición, esto es, “que su posición económica en el mercado nacional la autoriza a salvaguardar los derechos de la propiedad intelectual” constituye una excusa que tiene por objeto el impedir o dilatar el ingreso de nuevas marcas de cerveza, con el fin de desalentar la inversión en el sector cervecero.
- 1.2.3. Lo antes expuesto, no constituye un argumento “*antojadizo*” de nuestra empresa sino ha sido deducido de dos aspectos muy importantes: i) El argumento fundamental es que las consideraciones legales en la que se sustenta la oposición la oponente difieren de lo establecido por la legislación sobre propiedad industrial vigente¹¹; ii) Asimismo, no es la primera vez que la oponente se “*vale*” de figuras legales a fin de mantener su posición de dominio en el mercado e impedir o dilatar el ingreso de nuevas empresas cerveceras. Es de público conocimiento la actual disputa entre la oponente y otra empresa inversionista en el sector cervecero peruano¹².
- 1.2.4. Es por lo antes señalado, que recurrimos a vuestra Oficina –ente rector en materia de los Derechos de Propiedad Industrial-, a fin que evalúe como cuestión preliminar que la oponente carece de legítimo interés, dado que el verdadero *ánimus* de la oposición planteada por la misma es una muy distinta a la salvaguarda de los derechos de propiedad industrial.
- 1.2.5. En efecto, de lo señalado se deduce que el “*verdadero o subyacente*” objeto de la oposición planteada por la oponente es el aseguramiento de una posición de dominio del GRUPO BACKUS en el sector cervecero abarcando todo el ámbito geográfico nacional. No olvidemos que actualmente dicho Grupo es el fabricante del 100% de la

¹¹ Ello será desarrollado de manera amplia en el punto II.

¹² Expediente No. 001-2004-CLC

cerveza a nivel nacional comercializando su producto con las siguientes marcas: Cristal, Pilsen Callao, Pilsen Trujillo, Cusqueña, Arequípeña, San Juan, entre otras¹³.

II. ABSOLVEMOS EL TRASLADO DE LA OPOSICIÓN

Dentro del plazo de Ley, cumplimos con absolver el traslado de la oposición formulada por la oponente contra la solicitud presentada por nuestra empresa para el registro de la marca de producto “CERVEZA IQUITENA” y logotipo como distintivo de los productos comprendidos en la clase 32 de la Clasificación Internacional, en virtud a los términos que se detallan a continuación:

2.1. RESPECTO DE LA SUPUESTA IRREGISTRABILIDAD DE LA MARCA “CERVEZA IQUITENA”

2.1.1. La oponente considera que el signo materia del presente proceso no reúne el requisito **de distintividad**, por lo que no sería susceptible de ser registrado como marca.

Señala que la marca “CERVEZA IQUITENA” sería *genérica* por cuanto está compuesta por una denominación que hace alusión a un producto determinado (Cerveza) y por un término descriptivo utilizado para calificar a las personas provenientes de un lugar determinado (Iquitos). Así, a criterio de la oponente, el signo solicitado no sería susceptible de registro, por estar incurso en la prohibición absoluta a que se refieren el artículo 129º, inciso e) de la Ley de Propiedad Industrial, y el artículo 135º, inciso h) de la Decisión 486 de que señalan a la letra lo siguiente:

***Artículo 129º.-** “No podrán registrarse como marcas los signos que: e) **Consistan exclusivamente** en un signo o indicación que, en el lenguaje corriente o en el uso comercial del país, sea una designación común o usual de los productos o servicios de que se trate”;*

¹³ Resolución No. 031-2004-INDECOPI de fecha 26 de mayo de 2004. pág 5.

Artículo 135°.- “No podrán registrarse como marcas los signos que: b) **Consistan exclusivamente** o se hubieran convertido en una designación común o usual del producto o servicio de que se trate en el lenguaje corriente o en la usanza del país”;

Como puede apreciarse, la oponente considera que el signo cuya inscripción solicitamos, se encontraría incurso en una prohibición genérica, razón por la cual no procedería su registro.

2.1.2 Respecto del tema, cabe mencionar que el origen de las normas invocadas por la oponente, se encuentran en el artículo 6° quinquies B2 del Convenio de la Unión de París para la Protección de la Propiedad Industrial, norma que, al regular el régimen jurídico de las marcas acogidas a la protección *telle quelle*, señala que sólo podrán ser denegadas o anuladas en los siguientes casos:

“2. Cuando estén desprovistas de todo carácter distintivo, o formadas exclusivamente por signos o indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, el lugar de origen de los productos o la época de producción, o que hayan llegado a ser usuales en el lenguaje corriente o en las costumbres leales y constantes del comercio del país donde la protección se reclama”.

2.1.3. Según el tratadista español Carlos Fernández-Novoa:

“... por indicación o denominación genérica ha de entenderse la que designa el género de productos o servicios al que pertenece, como una de sus especies, el producto o servicio que se pretende diferenciar a través de la denominación. El criterio decisivo para otorgar a una denominación carácter genérico es el significado que la misma tiene para los consumidores y los empresarios en el lenguaje común y en las costumbres constantes y leales del comercio”¹⁴.

¹⁴ FERNÁNDEZ-NOVOA, Carlos. Tratado sobre Derecho de Marcas. Marcial Pons. Madrid, 2001. p. 125.

2.1.4 Respecto a lo antes señalado, debe tenerse presente que, como ha establecido la Sala de Defensa de la Propiedad Intelectual del Tribunal de Defensa de la Competencia y de la Propiedad Intelectual del INDECOPI:

*"... la función esencial de una marca es identificar los productos o servicios de una persona natural o jurídica respecto de los productos o servicios idénticos o similares de otra en el mercado, posibilitando la elección por parte del público consumidor"*¹⁵.

En tal sentido, **la distintividad**, entendida como la capacidad de un signo para diferenciar los productos o servicios determinados de una persona de los demás productos o servicios de igual o similar naturaleza que se ofrecen en el mercado, es una característica inherente a la propia definición de marca.

En ese mismo orden de ideas, el Profesor Fernández-Novoa señala que:

*"...la marca en sentido propio es la unión entre el signo y el producto en cuanto a que tal unión es aprehendida por los consumidores... Pero esta unión no desemboca en una auténtica marca hasta el momento en que los consumidores captan y retienen en su memoria tal unión"*¹⁶.

2.1.5. Asimismo, a efectos de abundar en lo antes establecido, debe tener en consideración la Sentencia emitida por el Tribunal de Justicia del Acuerdo de Cartagena en el Proceso N° 22-IP-96, en la que se define a la marca como:

"...el medio o el modo externo y necesario de que se valen los empresarios para asignar a sus productos y servicios un distintivo que les permita diferenciar en el mercado sus productos o servicios de los de la misma clase, o que guarden identidad o similitud con los de sus competidores. De esta forma el consumidor asocia una clase o categoría de bienes y productos con un signo

¹⁵ Resolución N° 1410-1999/TPI-INDECOPI, emitida en el Expediente N° 91122726. Caso Corporación Infarmasa (Antes: Laboratorios Sanitas S.A.) contra Carlos Koch Partes S.A.

¹⁶ FERNÁNDEZ-NOVOA, Carlos. Fundamentos de Derecho de Marcas. Madrid, 1984. p. 23.

*determinado, produciéndose una asociación directa entre la marca como signo externo de diferenciación y los productos como objeto de protección de la marca”.*¹⁷

2.1.6 La definición de marca, en la que, como hemos señalado -se encuentra implícito el requisito de distintividad- se encuentra regulada en el artículo 134° de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, que dispone a letra lo siguiente:

*“**Artículo 134.**- A efectos de este régimen constituirá marca cualquier signo que sea apto para distinguir productos o servicios en el mercado. Podrán registrarse como marcas los signos susceptibles de representación gráfica. La naturaleza del producto o servicio al cual se ha de aplicar una marca en ningún caso será obstáculo para su registro”.*

2.1.7. La norma transcrita debe concordarse con lo dispuesto por el artículo 128° del Decreto Legislativo 823- Ley de Propiedad Industrial-la cual establece que se entiende por marca a:

“... todo signo que sirva para diferenciar en el mercado los productos y servicios de una persona de los productos o servicios de otra persona. Podrán registrarse como marcas los signos que sean perceptibles, suficientemente distintivos y susceptible de representación gráfica (...).”

2.1.8 Ahora bien, respecto al signo cuyo registro se solicita, está constituido por la denominación “CERVEZA IQUITENA” Y SU CORRESPONDIENTE LOGOTIPO, las mismas que reúnen el requisito de representación gráfica en tanto pueden representarse mediante una combinación de palabras y el uso de imágenes, figuras y gráficos. Asimismo, dichos signos reúnen el requisito de perceptibilidad en tanto pueden ser perceptibles por la vista.

2.1.9. Es importante tener presente que la legislación comparada y la jurisprudencia en materia de propiedad industrial establece que la prohibición para el registro de una

¹⁷ Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 265, del 16 de mayo de 1997.

determinada marca sólo comprende a los signos que **EXCLUSIVAMENTE ESTÉN COMPUESTOS POR ELEMENTOS GENÉRICOS, POR LO QUE LOS SIGNOS QUE CONTENGAN OTROS ELEMENTOS DISTINTIVOS SÍ PODRÁN ACCEDER AL REGISTRO.**

2.1.10 En efecto, en la legislación comunitaria, la letra c) del apartado 1 del artículo 3º de la Directiva 89/104/CEE, dispone que será denegado o anulado el registro de:

*“...las marcas que se compongan **exclusivamente** de signos o indicaciones que puedan servir, en el comercio, para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica o la época de obtención del producto o de la prestación del servicio u otras características de los mismos”.*

Asimismo, la letra c) del apartado 1) del artículo 11º de la Ley de Marcas Española de 1988, la cual establece que no podrán registrarse como marcas:

“...las que se compongan exclusivamente de signos o indicaciones que sirvan en el comercio para designar la especie, la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción del producto o de la prestación del servicio u otras características del producto o servicio”.

2.1.11. Como podrá apreciar vuestra Oficina, la marca “CERVEZA IQUITENA” **no solo está compuesta por un elemento genérico (Cerveza) sino que incluye un elemento adicional (Iquiteña) lo suficientemente distintivo para acceder a su registro.**

En consecuencia, resulta claro que el signo solicitado cumple con el requisito de distintividad establecido por el artículo 134º de la Decisión 486, concordante con el artículo 128º del Decreto Legislativo N° 823, Ley de Propiedad Industrial, y no se encuentra incurso en la prohibición absoluta contenida en el artículo 129º, inciso e) de la

Ley de Propiedad Industrial, concordante con el artículo 133º, inciso h) de la Decisión 486, RAZÓN POR LA CUAL, RESULTA PROCEDENTE SU REGISTRO.

- 2.1.12 Adicionalmente, debe considerarse el hecho que, en el mercado de cervezas a nivel mundial, es frecuente el uso y registro de signos distintivos que hagan alusión a la ciudad donde se fabrica el producto, tales como Pilsener o Pilsen (ciudad de Pilsen, en la República Checa), Budweiser (Ciudad de Budweis, en la República Checa).

En efecto, como es de conocimiento de la Oficina de Signos Distintivos, **la oponente comercializa las cervezas de marca “Cusqueña” y “Arequipeña”**. Dichas marcas fueron otorgadas a favor de la empresa Compañía Cervecera del Sur S.A. – Cervesur, tal como consta en los Certificados N° 7010 (correspondiente a la denominación “Cusqueña”) y N° 7011 (correspondiente a la denominación “Arequipeña”)- por cuanto la Oficina de Signos Distintivos consideró que las referidas denominaciones cumplían con los requisitos de registrabilidad exigidos por la normatividad sobre propiedad industrial.

- 2.1.13 De acuerdo a ello, teniendo en cuenta que -a entender de la Oficina de Signos Distintivos- la utilización de denominaciones como “Arequipeña” y “Cusqueña” son lo suficientemente distintivas para distinguir productos de la clase 32 de la Clasificación Internacional (Cervezas), deberá entenderse que lo mismo ocurrirá con el empleo de la denominación “Iquiteña” para distinguir productos de la misma clase.

- 2.1.14 Es en virtud a las consideraciones antes expuestas que consideramos – que en el supuesto negado que la Oficina **estime que la oponente se encuentra legitimada para presentar la oposición- la misma deberá declararse INFUNDADA, por su evidente falta de fundamento jurídico.**

2.2 SOBRE EL ARGUMENTO EXPUESTO POR LA Oponente RESPECTO A QUE NUESTRA EMPRESA CARECE DE INTERÉS

- 2.2.1. Antes que nada queremos manifestar a vuestra Oficina que nos sorprende que una empresa de la envergadura y trayectoria como la oponente no se haya tomado el trabajo de verificar los activos con los que cuenta nuestra empresa; dado que de una simple búsqueda en Registros Públicos se hubiera podido constatar cual es el interés de TREN SAC al solicitar la inscripción de una marca de cerveza, el cual se deriva que es propietaria de un porcentaje de accionariado de la empresa Cervecería Amazónica S.A.C. En ese sentido, al ser accionista de una empresa cervecera cuenta con legítimo interés para solicitar la inscripción de una nueva marca de cerveza con la que se comercializará el producto de la sociedad que forma parte.
- 2.2.2. De acuerdo a lo antes expuesto, el argumento señalado por la oponente en cuanto a que nuestra empresa *“no tendría un interés legítimo para solicitar el registro de una marca de cerveza por cuanto no tendríamos como actividad económica la producción, envasado, comercialización o distribución de cerveza”* demuestra una vez más que el verdadero objeto de la oposición es impedir o dilatar el procedimiento de inscripción de una nueva marca cerveza, lo cual según lo dispuesto por el artículo 146° de la Decisión 486, constituye una oposición temeraria.
- 2.2.3. Sin perjuicio de lo antes señalado, expondremos argumentos adicionales que corroboran que el proceder de la oponente difiera completamente de las normas vigentes sobre Propiedad Industrial.
- 2.2.4. Como es de conocimiento de vuestra Oficina, muchas legislaciones extranjeras exigen al solicitante con respecto al registro de una marca o dominio la acreditación de un “interés legítimo”, el cual es definido como *la relación directa con la motivación del acto: utilidad sustancial del pedido, lo que excluye el mero interés especulativo, que es castigado en muchas ocasiones por ley*¹⁸.

¹⁸ Ver: <http://www.alfa-redi.org/revista/data/25-20.asp>

2.2.5. La motivación que ha llevado a dichos países a establecer dicho aspecto en su legislación, encuentra sustento en el proceder de los llamados “squatters” o “especuladores”, quienes no buscan la inscripción de una marca para comercializar un producto sino para venderla al mejor postor (si es que ello sucede).¹⁹

2.2.6. Como hemos señalado anteriormente, nuestra empresa **no tiene ningún interés especulativo** dado que sí ha iniciado la tramitación de la inscripción de la marca “CERVEZA IQUITENÑA” es con el objeto de otorgar dicho bien intangible como aporte de capital a la empresa de la que es accionista-Cervecería Amazónica S.A.C., la cual comercializará su producto a través de la citada marca.

2.2.7. Sin perjuicio de lo antes reseñado, **nos sorprende que la empresa oponente desconozca que ni la Ley de Propiedad Industrial ni la Decisión 486, exigen como REQUISITO al solicitante del registro de una marca que cumpla con acreditar legítimo interés.**

2.2.8. A fin de advertir lo antes expuesto, sólo hubiera bastado que la oponente revise el TUPA del INDECOPI del cual se desprende que no se exige el cumplimiento de la acreditación de legítimo interés para solicitar la inscripción de una marca.

Esto demuestra una vez más que la intención de la oponente no es salvaguardar las normas sobre Propiedad Industrial, ni mucho menos proteger el sector cervecero; sino por el contrario, dilatar o impedir la inscripción de nuevas marcas de cerveza en el mercado.

¹⁹ “Squatter” es quien registra una marca reconocida en el mercado con meros fines especulativos, generalmente ofreciendo la venta del mismo al propio titular de la marca registrada, sin intención de usarlo.-

2.2.9. Finalmente, y en último de los casos, el artículo 172º de la Ley de Propiedad Industrial- ~~a efectos de evitar que permanezcan inscritas marcas no utilizadas~~- establece un mecanismo de cancelación del registro de una marca a solicitud de cualquier persona interesada, cuando sin motivo justificado, la marca no se hubiese utilizado, por su titular o por el licenciataria de éste, *durante los tres años consecutivos precedentes a la fecha en que se inicie la acción de cancelación.*