

| | | |
|---|--|---|
| AMAZONAS Jr. Ayacucho Nº 1073, Chachapoyas Telf.: 041-477423 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | ICA Av. Conde de Nieva Nº 446, Urb. Luren, Ica Telf.: 056-210625 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | PUNO Jr. Áncash Nº 146, Cercado, Puno Telf.: 051-363667 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. |
| ÁNCASH - Sede Chimbote Jr. Elías Aguirre Nº 130, Chimbote Telf.: 043-342331 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | JUNÍN - Sede Huancayo Pasaje Comercial Nº 474, El Tambo Huancayo, Junín. Telf.: 064-245180 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | SAN MARTÍN Jr. Antonio Raymondi 328, Tarapoto Telf.: 042-529727 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. |
| ÁNCASH - Sede Huaraz Av. Agustín Gamarra 671, Huaraz, Áncash Telf.: 043-423899 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | JUNÍN - Sede La Merced Jr. Los Robles Nº 102, Urb. Capelo La Merced, Chamchamayo, Junín Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | TACNA Avenida Bolognesi Nº 158, esq. con Arequipa 110, Tacna Telf.: 052-427938 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. |
| APURÍMAC Jr. Huancavelica Nº 728, Abancay Telf.: 083-425107 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | LA LIBERTAD Calle Santo Toribio de Mogrovejo Nº 518, Urb. San Andrés II etapa, Trujillo Telf.: 044-295733 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | TUMBES Av. Francisco Navarrete Nº 103, Tumbes Telf.: 072-508978 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. |
| AREQUIPA Mz. O Lt. 20, Urbanización La Esperanza Distrito de José Luis Bustamante y Ribero Telf.: 054-427495 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | LAMBAYEQUE Los Tumbos Nº 245, Urb. Santa Victoria, Chiclayo Telf.: 074- 206223 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | UCAYALI Av. Sáenz Peña Nº 485, Pucallpa. Telf.: 061-590387 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. |
| AYACUCHO Av. Mariscal Cáceres Nº 1387, Ayacucho Telf.: 066-310913 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | LORETO Calle Putumayo Nº 464, Iquitos Telf.: 065-243490 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | OFICINA DEL INDECOPI PICHARI – VRAEM Av. Arriba Perú cuadra 1 S/N Pichari Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. |
| CAJAMARCA Jr. Amazonas Nº 785, Cajamarca Telf.: 076-363315 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | MOQUEGUA Jr. Pedro Flores 203, Ilo Telf.: 053-483044 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | INDECOPI-AEROPUERTO INTERNACIONAL JORGE CHÁVEZ Av. Elmer Faucett s/n Telf.: 01-5171835 / 01-5171845 / 96936321 Atención Mesa de Partes: L-D de 08:30 a 16:30 horas |
| CUSCO Urbanización Constancia Mz. A-11-2, (Ex local del Juzgado Mixto de Wanchaq) Wanchaq, Cusco Telf.: 084-252987 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | MADRE DE DIOS Jr. Piura Nº 425 Mz. 1-Y, Lote 4 Puerto Maldonado Telf.: 082-571270 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | INDECOPI SAN JUAN DE LURIGANCHO Av. Los Próceres de la Independencia Nº 1771, San Juan de Lurigancho Teléfono: 01-4580406 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:00 a 16:30 h. |
| HUANCAVELICA Jr. Torre Tagle 133, Huancavelica Telf.: 067-452941 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | PASCO Asociación Pro Vivienda UNDAC, Mz. "Q", Lt. 02, Distrito de Yanacancha Telf.: 063-421168 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | INDECOPI GAMARRA Sebastián Barranca Nº 1646, Ofic. 601 Galería Los Mayoristas, La Victoria Teléfono: 01-3233944 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:00 a 16:30 h. |
| HUÁNUCO Jr. Bolívar Nº 337, Huánuco Telf.: 062-517201 Atención: L-V 08:30 a 13:00 y De 14:15 a 16:30 h. | PIURA Av. Los Cocos 268, Urb. Club Grau, Piura. Telf.: 073-308549 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. | INDECOPI SEDE LIMA NORTE Av. Carlos Izaguirre Nº 988, Urb. Las Palmeras, Los Olivos Telf.: 224-7800 Atención: L-V 08:30 a 16:30 h. |

Sede Lima Sur: Calle De la Prosa Nº 104, San Borja, Lima, Perú.

Teléfono: 224-7777

Teléfono gratuito para provincias: 0-800-4-4040

www.indecopi.gob.pe/radio

Síguenos por:



www.indecopi.gob.pe/radio



Dirección de
Signos Distintivos

MARCA DE PRODUCTO Y/O SERVICIO



“Un instrumento útil para
distinguirse de los demás”.

SERVICIOS

- Clase 35 Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.
- Clase 36 Seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios.
- Clase 37 Servicios de construcción; servicios de reparación; servicios de instalación.
- Clase 38 Telecomunicaciones.
- Clase 39 Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes.
- Clase 40 Tratamiento de materiales.
- Clase 41 Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.
- Clase 42 Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.
- Clase 43 Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.
- Clase 44 Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura.
- Clase 45 Servicios jurídicos; servicios de seguridad para la protección de bienes y personas; servicios personales y sociales prestados por terceros para satisfacer necesidades individuales.

Marca de Producto o Servicio

©Indecopi
Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual

Dirección: Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima, Perú.
Teléfono: 224 7777
e-mail: sacreclamo@indecopi.gob.pe

La reproducción del contenido de este catálogo está permitido, siempre y cuando se cite la fuente y título arriba señalados.

Primera Edición: Abril de 2015

Clase 29 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 y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

Clase 30 Café, té, cacao y sucedáneos del café; arroz; tapioca y sagú; harinas y preparaciones a base de cereales; pan, productos de pastelería y confitería; helados; azúcar, miel, jarabe de melaza; levadura, polvos de hornear; sal; mostaza; vinagre, salsas (condimentos); especias; hielo.

Clase 31 Granos y productos agrícolas, hortícolas y forestales, no comprendidos en otras clases; animales vivos; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas; semillas; plantas y flores naturales; alimentos para animales; malta.

Clase 32 Cerveza; aguas minerales y gaseosas, y otras bebidas sin alcohol; bebidas a base de frutas y zumos de frutas; siropes y otras preparaciones para elaborar bebidas.

Clase 33 Bebidas alcohólicas (excepto cerveza).

Clase 34 Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.

INFORMACIÓN GENERAL

Autoridad competente

Dirección de Signos Distintivos del Indecopi

Legislación aplicable

Normativa andina

Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece el Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

Normativa nacional

Decreto Legislativo N° 1075, 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.

Convenios Internacionales

- Convenio de París
- Convención de Washington
- ADPIC (TRIP's)
- Tratado de Derecho de Marcas (TLT)

PREGUNTAS FRECUENTES

1. ¿Qué es una marca?

Una marca es cualquier signo que sirve para identificar y diferenciar en el mercado productos y servicios. Una marca puede ser una palabra, combinaciones de palabras, figuras, símbolos, letras, cifras, formas determinadas de envases, envolturas, formas de presentación de los productos, o una combinación de estos elementos, entre otros.

2. ¿Qué tipos de marcas existen?

Existen diversos tipos de marcas, entre ellas, las marcas denominativas, las marcas denominativas con grafía especial, las marcas figurativas, las marcas mixtas y las marcas tridimensionales.

I. Marca denominativa: Conformada por una palabra o combinación de palabras, por ejemplo:

DENTO INCA KOLA

II. Marca denominativa con grafía especial: Conformada por una palabra o combinación de palabras escritas con una letra característica, que además puede ir acompañada de colores, por ejemplo:

PRINIFLEX

Coca-Cola

Clase 20 Muebles, espejos, marcos; productos de madera, corcho, caña, junco, mimbre, cuerno, hueso, marfil, ballena, concha, ámbar, nácar, espuma de mar, sucedáneos de todos estos materiales o de materias plásticas, no comprendidos en otras clases.

Clase 21 Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; lana de acero; vidrio en bruto o semielaborado (excepto el vidrio de construcción); artículos de cristalería, porcelana y loza no comprendidos en otras clases.

Clase 22 Cuerdas, cordeles, redes, tiendas de campaña, lonas, velas de navegación, sacos y bolsas (no comprendidos en otras clases); materiales de acolchado y relleno (excepto el caucho o las materias plásticas); materias textiles fibrosas en bruto.

Clase 23 Hilos para uso textil.

Clase 24 Tejidos y productos textiles no comprendidos en otras clases; ropa de cama; ropa de mesa.

Clase 25 Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Clase 26 Encajes y bordados, cintas y cordones; botones, ganchos y ojetes, alfileres y agujas; flores artificiales.

Clase 27 Alfombras, felpudos, esteras, linóleo y otros revestimientos de suelos; tapices murales que no sean de materias textiles.

Clase 28 Juegos y juguetes; artículos de gimnasia y deporte no comprendidos en otras clases; adornos para árboles de Navidad.

Clase 12 Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.

Clase 13 Armas de fuego; municiones y proyectiles; explosivos; fuegos artificiales.

Clase 14 Metales preciosos y sus aleaciones, así como productos de estas materias o chapados no comprendidos en otras clases; artículos de joyería, bisutería, piedras preciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos.

Clase 15 Instrumentos musicales.

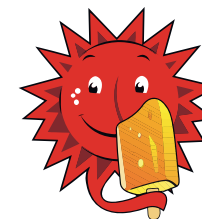
Clase 16 Papel, cartón y artículos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas; pinceles; máquinas de escribir y artículos de oficina (excepto muebles); material de instrucción o material didáctico (excepto aparatos); materias plásticas para embalar (no comprendidas en otras clases); caracteres de imprenta; clichés de imprenta.

Clase 17 Caucho, gutapercha, goma, amianto, mica y productos de estas materias no comprendidos en otras clases; productos de materias plásticas semielaborados; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.

Clase 18 Cuero y cuero de imitación, productos de estas materias no comprendidos en otras clases; pieles de animales; baúles y maletas; paraguas y sombrillas; bastones; fustas y artículos de guarnicionería.

Clase 19 Materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.

III. Marca figurativa: Conformada únicamente por la figura o imagen de un objeto determinado o abstracto, por ejemplo:



IV. Marca Mixta: Conformada por la unión de una palabra o combinación de palabras y de elementos figurativos, por ejemplo:



V. Marca tridimensional: Conformada por la forma de diversos cuerpos con 3 dimensiones, como son los envoltorios, empaques, envases, así como la forma o presentación de productos, siempre que esta sea distintiva, por ejemplo:



3. ¿Por qué son importantes las marcas para el empresario?

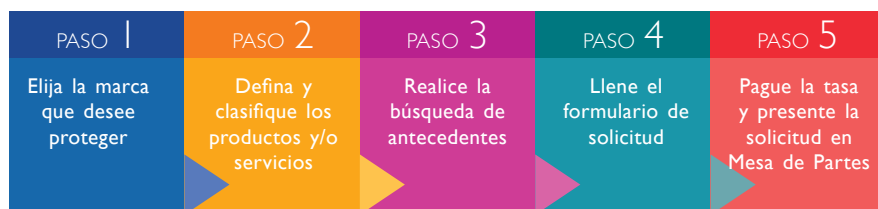
- Porque facilitan que el consumidor o usuario identifique sus productos o servicios, pudiendo de este modo **transmitir su experiencia a otros consumidores o usuarios**.
- Porque permiten **diferenciar sus productos o servicios** de los de la competencia.
- Porque ayudan a **proyectar la imagen y reputación de su empresa**.
- Porque pueden **convertirse** en un importante **activo empresarial**.
- Porque permiten **crear** con el consumidor **fuertes relaciones de confianza**.

4. ¿Es obligatorio registrar una marca?

No es obligatorio. Tampoco es un requisito para iniciar sus actividades comerciales. Sin embargo, el registro le otorga seguridad jurídica para que pueda desenvolverse en el mercado.

En efecto, el registro de su marca le permitirá tener derechos de exclusividad sobre ella, constituyéndose en el mecanismo que le otorgará la posibilidad de impedir que terceros registren o utilicen signos confundibles con el suyo, aprovechándose de su esfuerzo.

5. ¿Cuáles son los pasos que debería observar antes de registrar una marca?



Clase 6 Metales comunes y sus aleaciones; materiales de construcción metálicos; construcciones transportables metálicas; materiales metálicos para vías férreas; cables e hilos metálicos no eléctricos; artículos de cerrajería y ferretería metálicos; tubos y tuberías metálicos; cajas de caudales; productos metálicos no comprendidos en otras clases; minerales metalíferos.

Clase 7 Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y elementos de transmisión (excepto para vehículos terrestres); instrumentos agrícolas que no sean accionados manualmente; incubadoras de huevos; distribuidores automáticos.

Clase 8 Herramientas e instrumentos de mano accionados manualmente; artículos de cuchillería, tenedores y cucharas; armas blancas; navajas y maquinillas de afeitar.

Clase 9 Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

Clase 10 Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios, así como miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura.

Clase 11 Aparatos de alumbrado, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias.

CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS

(Clasificación de NIZA)

Décima edición

PRODUCTOS

- Clase 1 Productos químicos para la industria, la ciencia y la fotografía, así como para la agricultura, la horticultura y la silvicultura; resinas artificiales en bruto, materias plásticas en bruto; abonos para el suelo; composiciones extintoras; preparaciones para templar y soldar metales; productos químicos para conservar alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) para la industria.
- Clase 2 Pinturas, barnices, lacas; productos antioxidantes y productos para conservar la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas.
- Clase 3 Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; dentífricos.
- Clase 4 Aceites y grasas para uso industrial; lubricantes; composiciones para absorber, rociar y asentar el polvo; combustibles (incluida la gasolina para motores) y materiales de alumbrado; velas y mechas de iluminación.
- Clase 5 Preparaciones farmacéuticas y veterinarias; preparaciones higiénicas y sanitarias para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas y animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; preparaciones para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

PASO 1

Elija la marca que desee proteger

Sea creativo, cree una marca fácil de recordar para su público objetivo. Si se trata de una denominación, que esta no sea demasiado larga; y si se trata de un elemento y/o imagen ingeniosa (una figura, un envase, una envoltura, un sonido, etc), que esta logre transmitir los beneficios y valores de su empresa.

Verifique que su marca no incurra en una prohibición de registro (Revisar los artículos 135 y 136 de la Decisión 486 y el supuesto del artículo 137 de la citada Decisión).

No copie marcas ya existentes en el mercado.

PASO 2

Defina y clasifique los productos y/o servicios

Elija los productos y/o servicios que desee distinguir y clasifíquelos según la Clasificación Internacional de Niza.

El listado de productos y servicios se encuentra en la parte final de la cartilla.

PASO 3

Realice la búsqueda de antecedentes

Las búsquedas de antecedentes fonéticos y/o figurativos son reportes que detallan los datos de los signos distintivos similares o idénticos al suyo que han sido solicitados o registrados con anterioridad, en el Indecopi.

Estas búsquedas son opcionales y sus resultados son meramente referenciales, pero sirven para darle a conocer la existencia de signos que, eventualmente, podrían entrar en conflicto con el suyo.

PASO 4

Llene el formulario de solicitud

Llene tres ejemplares del formato de solicitud de registro, el mismo que está colgado en la web del Indecopi, que deberá contener la siguiente información:

- Sus datos de identificación, incluyendo domicilio para que se le envíe cualquier comunicación o notificación.
- Los datos de identificación de su representante, de ser el caso (de consignar un domicilio, éste será considerado para enviar cualquier comunicación o notificación).

Si actúa a través de un representante deberá adjuntar el documento de poder en instrumento privado; si el poder es otorgado por persona jurídica, deberá indicar la calidad del poderdante, por ejemplo, si se trata del gerente general, gerente administrativo, entre otros.

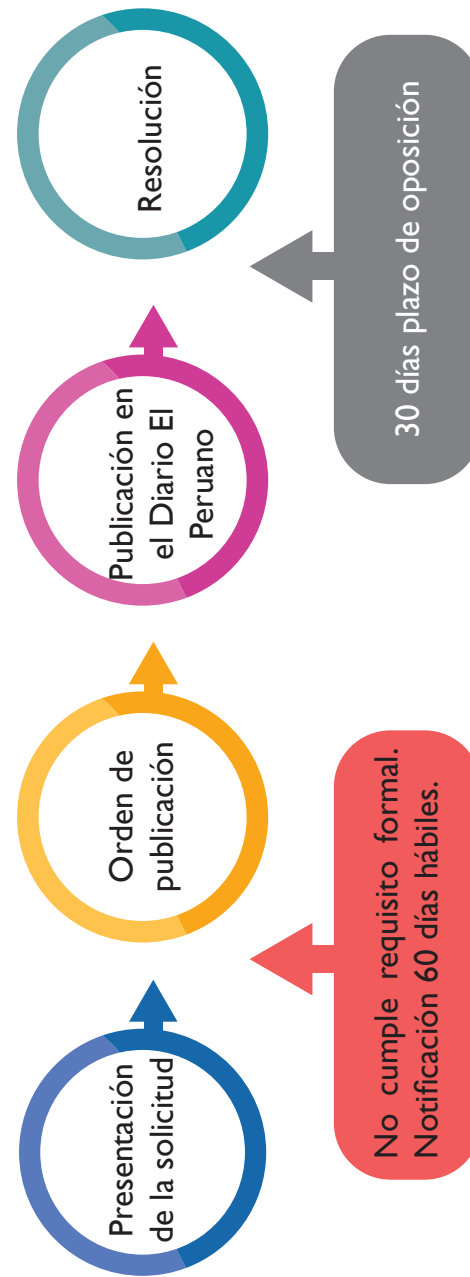
No se requieren legalizaciones.

También se aceptará copia de la Escritura Pública, Partida Registral, u otro documento análogo, en el que consten las facultades con las que actúe su representante.

- La indicación del signo que pretende registrar: si es un signo denominativo, deberá consignar la denominación; si es un signo con grafía especial, signo figurativo, signo mixto, signo tridimensional u otros, deberá adjuntar 3 reproducciones de aproximadamente 5x5 cm., en blanco y negro o a colores si protegerá los mismos.

De ser posible envíe el logotipo en formato digital al siguiente correo electrónico: logos-dsd@indecopi.gob.pe; esto ayudará a tramitar con mayor celeridad su solicitud.

ETAPAS DEL PROCEDIMIENTO NO CONTENCIOSO (SIN OPOSICION)



9. ¿Cuál es la vigencia del registro de una marca?

La vigencia del registro de una marca es de 10 años, contados a partir de la fecha en que se expide la resolución que otorga el registro, y podrá renovarse por periodos sucesivos de 10 años.

10. ¿Cuándo debo renovar el registro de una marca?

Debe hacerlo dentro de los seis meses anteriores o seis meses posteriores a la fecha de vencimiento del registro. En caso contrario, la solicitud de renovación no será admitida a trámite.

- d) La indicación expresa de los productos y/o servicios para los cuales solicita el registro de su marca, ordenados según sea la clase.

En un mismo expediente puede solicitar el registro de una marca para una o más clases de la Clasificación de Niza (solicitud multiclase de marca de producto y/o servicio).

- e) De ser el caso, la prioridad que reivindica, debiendo adjuntar copia de la solicitud cuya prioridad invoca debidamente certificada por la autoridad competente y traducida al español, si está en otro idioma.

La prioridad la puede invocar cuando tenga una solicitud de registro de marca presentada en el extranjero, debiendo cumplir con los requisitos establecidos en los artículos 9 y 10 de la Decisión 486.

PASO 5

Pague la tasa y presente su solicitud en Mesa de Partes

Cuando solicite el registro de su marca en una sola clase, debe depositar la suma de S/. 534.99 nuevos soles. Si solicita el registro en más de una clase, por cada clase adicional deberá abonar la suma de S/. 533.30 nuevos soles.

El depósito puede hacerlo en el Banco de la Nación, en moneda nacional, al número de cuenta 000-282545 (existe una sucursal en la sede Lima Sur del Indecopi).

También puede realizar el depósito en los siguientes bancos:

- Banco de Crédito, en moneda nacional, al número de cuenta 193-1161125-0-34;
- Banco Scotiabank, en moneda nacional, al número de cuenta 000-0186511.

Luego de realizar el depósito en los dos últimos bancos indicados, debe canjear su comprobante en el módulo CAJA ubicado en la sede central del Indecopi, o en las Mesas de Partes ubicadas en las ORIs y OLI's detalladas al final de la cartilla.

Finalmente, adjunte el comprobante de pago a los tres ejemplares de la solicitud de registro y preséntelos en cualquiera de las Mesas de Partes del Indecopi.

IMPORTANTE:

Tome en cuenta que una vez presentada su solicitud en mesa de partes, sólo se le asignará fecha de presentación si ésta contiene, por lo menos:

- La indicación que solicita el registro de una marca.
- Sus datos de identificación o de la persona que presenta la solicitud, o los que permitan efectuar las notificaciones correspondientes;
- La marca cuyo registro solicita;
- La indicación expresa de los productos y/o servicios para los cuales solicita el registro;
- El comprobante de pago de la(s) tasa(s) respectiva(s).

De no cumplir con alguno de estos requisitos se le otorgará un plazo de sesenta (60) días hábiles para subsanarlos. Si cumple con hacerlo se considerará esa como fecha de presentación de su solicitud; si no cumple se tendrá por no presentada y se dispondrá su archivamiento.

Cabe precisar que la Dirección examinará también si su solicitud cumple con otros requisitos formales previstos por la ley, tales como, el poder, precisión de productos y/o servicios, entre otros. De no cumplir con estos, se le notificará para que subsane tales omisiones, bajo apercibimiento de declarar el abandono de su solicitud y disponer su archivamiento.

- Cuando el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a un signo solicitado o registrado por un tercero (marca, nombre comercial, lema comercial) en el Indecopi, 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. Por ejemplo:

| | | |
|--|----|---|
| MYLIN para distinguir papel de la cl. 16 (marca registrada) | VS | MILI para distinguir papel de la cl. 16 (signo solicitado) |
|--|----|---|

[El signo solicitado MILI fue denegado por ser susceptible de producir confusión con la marca registrada MYLIN, al distinguir productos idénticos y estar conformados por términos con una pronunciación sustancialmente similar].

- Cuando el signo solicitado afecte la identidad o prestigio de personas jurídicas con o sin fines de lucro, o personas naturales, en especial, tratándose del nombre, apellido, firma, título, hipocorístico, seudónimo, imagen, retrato o caricatura de una persona distinta del solicitante (salvo que se acredite el consentimiento de esa persona o de sus herederos).

NEYMAR para distinguir complementos nutricionales para seres humanos y animales, entre otros productos.

- Cuando el signo solicitado infrinja el derecho de propiedad industrial o el derecho de autor de un tercero (salvo que medie el consentimiento de éste).



para distinguir arroz de la clase 30 [El signo solicitado fue denegado por contener un elemento protegido por el derecho de autor (personaje Hulk), sin contar con el consentimiento del titular].

- Cuando el signo consiste exclusivamente o se hubiera 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, es decir, es un **SIGNO USUAL**, por ejemplo:

LOMPA para distinguir pantalones

TABAS para distinguir zapatos

- Cuando el signo puede engañar a los medios comerciales o al público, en particular sobre la procedencia geográfica, la naturaleza, el modo de fabricación, las características, cualidades o aptitud para el empleo de los productos o servicios de que se trate, es decir, es un **SIGNO ENGAÑOSO**, por ejemplo:

IRROMPIBLE para distinguir vasos de vidrio

SALUDABLE para distinguir cigarrillos

- Cuando el signo reproduce o imita escudos de armas, banderas, emblemas, entre otros, sin la autorización correspondiente.



Viña Brozovich

- Cuando se consigna como parte del signo una denominación de origen protegida, por ejemplo PISCO.

PISCOMBI

6. ¿Qué sucede si mi solicitud cumple con todos los requisitos formales exigidos por la ley?

Cumplidos los requisitos formales de su solicitud, la Dirección emitirá una orden de publicación que contendrá un extracto de la misma.

La orden de publicación llegará al domicilio que consignó en su solicitud de registro, y con ésta deberá acercarse al Diario Oficial “El Peruano” para coordinar su publicación (si el signo solicitado está conformado por una denominación con grafía especial y/o color, figurativa, mixta, tridimensional o con logotipo, debe adjuntar una reproducción impresa idéntica a la presentada en su solicitud de registro).

IMPORTANTE:

- Una vez recibida la orden de publicación, deberá verificar que todos los datos contenidos en ella sean correctos.
- El plazo para efectuar la publicación es de treinta (30) días hábiles, contado desde el día siguiente de notificada la orden de publicación. Si no publica, o lo hace fuera del plazo señalado, el expediente caerá en abandono y se archivará, no existiendo la posibilidad de devolver la tasa de registro de marca.
- Existe una sucursal del Diario Oficial El Peruano en las instalaciones de la sede central del Indecopi, en donde puede acercarse a realizar la publicación respectiva, hasta con dos (2) días de anticipación al vencimiento del plazo de la orden de publicación.

7. ¿Qué sucede luego de publicada mi solicitud en el diario oficial El Peruano? ¿En qué momento la Autoridad decide si procede o no mi registro?

Dentro de los treinta (30) días siguientes a la publicación, quien tenga legítimo interés podrá formular oposición a la solicitud.

Si se presenta una oposición, la Secretaría Técnica de la Comisión de Signos Distintivos la comunicará al solicitante, quien contará con un plazo de treinta (30) días hábiles para contestarla.

Si no se hubieran presentado oposiciones, o si habiéndose presentado ya venció el plazo para contestarlas, se examinará si el signo solicitado a registro reúne los requisitos de registrabilidad establecidos en el artículo 134 de la Decisión 486, y si no se encuentra incurso en las prohibiciones de registro establecidas en los artículos 135 y 136 de la citada norma. También se analizará el supuesto establecido en el artículo 137 de la citada Decisión.

En virtud de ello, la Autoridad otorgará o denegará el registro solicitado, según corresponda. Esta decisión puede ser impugnada dentro de los quince días hábiles de notificada la resolución.

8. ¿Por qué motivos se puede denegar el registro de una marca?

Existen dos tipos de prohibiciones para el registro de una marca: las prohibiciones absolutas y las prohibiciones relativas, las mismas que se encuentran previstas en los artículos 135 y 136 de la Decisión 486. Asimismo, existe un supuesto previsto en el artículo 137 de la misma Decisión, según el cual la autoridad puede también denegar el registro de una marca.

Las prohibiciones que afectan a las solicitudes de registro frecuentemente son:

- Cuando el signo no tiene la capacidad de identificar un producto o servicio que se solicita, es decir, es un signo **CARENTE DE DISTINTIVIDAD**, por ejemplo:

EXCLUSIV para distinguir bebidas alcohólicas

- Cuando el signo describe la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción u otros datos, características o informaciones para los cuales ha de usarse dicho signo, es decir, es un **SIGNO DESCRIPTIVO**, por ejemplo:

AJUSTE SEGURO para distinguir toallas higiénicas

100% ALGODON para distinguir prendas de vestir

- Cuando el signo consiste en una indicación que sea el nombre genérico o técnico del producto o servicio de que se trate, es decir, es un **SIGNO GENÉRICO**, por ejemplo:

BUGGY para distinguir vehículos terrestres