

LINEAMIENTOS SEMÁFORO



***PARA OPOSICIONES, OBSERVACIONES,
RECURSOS Y NULIDADES,
ANTE SOLICITUDES DE MARCAS QUE
ATENTEN CONTRA LOS INTERESES NACIONALES***

Preparado por:
DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS - DSD

Setiembre, **2017**

1. OBJETIVO

Los lineamientos recogidos en el presente documento tienen por objeto que nuestras embajadas y consulados en el exterior, puedan contar con elementos de juicio para la presentación de oposiciones, observaciones, recursos y nulidades en los procedimientos de registro de marcas seguidos ante las autoridades extranjeras competentes en materia de propiedad industrial -de los países priorizados por Cancillería-, para la defensa de los intereses nacionales en el exterior y el patrimonio cultural material e inmaterial del Perú.

2. ALCANCE

Los lineamientos deben ser aplicados con relación a todas aquellas solicitudes presentadas en los diversos países en los que se pretendan registrar signos distintivos que incorporen elementos que resulten lesivos a los intereses nacionales.

3. DEFINICIONES

Para los propósitos del presente documento se aplican las siguientes definiciones:

3.1. Aptitud distintiva: Es la capacidad que tiene un signo para distinguir productos y/o servicios en el mercado. La aptitud distintiva de un signo para funcionar como marca debe ser apreciada desde dos ámbitos diferentes:

Ámbito abstracto: La marca por sí sola debe ser suficientemente autónoma como para identificar un producto o servicio en el mercado, independientemente de qué tipo de bien o prestación se trate. Por ejemplo, una simple línea no podría funcionar como marca, independientemente de los productos o servicios a los cuales se busque aplicar.

Ámbito concreto: Una vez superado el ámbito abstracto, surge la necesidad de relacionar la marca con un producto o servicio específico. En tal sentido, dependiendo del bien o prestación que se pretenda distinguir, deberá analizarse si el signo cuenta o no con distintividad.

3.2. Clase: La Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de Marcas (*la Clasificación de Niza*¹) es un instrumento instituido en virtud de un Arreglo adoptado con ocasión de la Conferencia Diplomática de Niza el 15 de junio de 1957. Esta clasificación está compuesta por 45 clases. Las primeras 34 clases corresponden a productos y las restantes a servicios.

3.3. Lema comercial: Es la palabra, frase o leyenda, utilizada como complemento de una marca.

3.4. Marca de certificación: Todo signo que autentifica el origen, los componentes, la calidad u otras características de los productos o servicios a los cuales se aplica, utilizado por personas autorizadas por el titular de la marca.

3.5. Marca colectiva: Todo signo que sirve para distinguir el origen o cualquier otra característica común de productos o de servicios de empresas diferentes pero que pertenecen a una misma organización titular de la marca. Dichas empresas utilizan la marca bajo el control del titular.

3.6. Marca de producto: Todo signo que sirve para distinguir determinados productos de otros idénticos o similares que se ofrecen en el mercado.

3.7. Marca de servicio: Todo signo que sirve para distinguir determinados servicios de otros idénticos o similares que se ofrecen en el mercado.

¹ La undécima edición entró en vigor el 01 de enero de 2017.

- 3.8. Nombre comercial:** Todo signo que sirve para identificar a una persona natural o jurídica en el ejercicio de su actividad económica.
- 3.9. Oposición:** Acción mediante la cual, cualquiera con interés legítimo, solicita se deniegue el registro de una marca.
- 3.10. Observación:** Acción mediante la cual se solicita que, de otorgarse el registro un signo solicitado, éste se conceda sin otorgarse derechos exclusivos sobre determinado elemento integrante del signo.
- 3.11. Signo denominativo:** Es aquél integrado por una o más letras, dígitos, números, palabras, frases o combinaciones de ellos que constituyen un conjunto legible y pronunciable.
- 3.12. Signo figurativo:** Es aquél integrado únicamente por una figura o un signo visual que se caracteriza por su configuración o forma particular.
- 3.13. Signo mixto:** Es aquél integrado por la combinación de un elemento denominativo y un elemento figurativo.
- 3.14. Signos descriptivos:** Consisten exclusivamente en signos o indicaciones que puedan servir en el comercio para describir la calidad, la cantidad, el destino, el valor, la procedencia geográfica, la época de producción u otras datos, características o informaciones, de los productos o de los servicios para los cuales ha de usarse dicho signo o indicación, incluidas las expresiones laudatorias referidas a esos productos o servicios.
- 3.15. Signos genéricos:** Consisten exclusivamente en signos o indicaciones que sean el nombre genérico o técnico del producto o servicio del que se trate.
- 3.16. Signos engañosos:** Son aquéllos que pueden 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.
- 3.17. Signos laudatorios:** Se entiende por expresión laudatoria aquélla que alaba, enaltece, exalta las características de los productos o de los servicios que va a distinguir un signo.

4. DESCRIPCIÓN DE LOS LINEAMIENTOS

Los lineamientos están agrupados en tres canales: rojo, amarillo y verde.

- 4.1.** En el **canal rojo** están todos aquellos casos en los que se recomienda plantear oposiciones, apelaciones y, de ser el caso, casaciones, frente a solicitudes de registro de marcas y nulidades en determinados supuestos.
- 4.2.** En el **canal amarillo** están todos aquellos casos en los que se recomienda la presentación de observaciones ante solicitudes de registro de marcas.
- 4.3.** En el **canal verde** están todos aquellos casos en los que se recomienda la no procedencia de ninguna acción por parte de nuestras embajadas y consulados frente a la presentación de solicitudes de registro de marcas.

Los canales constituyen pautas referenciales, en la medida en que en los supuestos que cada canal contempla se tomarán en cuenta aspectos jurídicos en materia marcaria y otros aspectos tales como: la reacción de la opinión pública peruana frente a determinados casos sensibles o bien el interés nacional de proteger determinados signos pertenecientes al patrimonio cultural de la nación, en particular contra usurpaciones recurrentes.

5. CANAL ROJO

En este canal están todos aquellos casos en los que se recomienda la presentación de oposiciones, apelaciones y, de ser el caso, casaciones contra solicitudes de registro de marcas, o dado el caso, las nulidades correspondientes.

5.1. Casos que afectan denominaciones de origen peruanas

El supuesto más importante, en el que indefectiblemente el Estado peruano debe presentar una oposición y los recursos que correspondan, es el caso de solicitudes de registro de marcas en el extranjero *-presentadas por peruanos o nacionales de otros países-*, que sean susceptibles de causar riesgo de confusión o de asociación con una denominación de origen peruana, implique un menoscabo o dilución de su reputación, o implique un aprovechamiento injusto de su notoriedad.

Las denominaciones de origen peruanas reconocidas por el Perú son las siguientes:

- Pisco²;
- Maíz Blanco Gigante Cusco;
- Chulucanas;
- Pallar de Ica;
- Café Villa Rica;
- Loche de Lambayeque;
- Café Machu Picchu - Huadquiña;
- Maca Junín - Pasco;
- Aceituna de Tacna; y,
- Cacao Amazonas Perú.

Un ejemplo es el caso de la oposición peruana a la solicitud de registro de la marca PISCO BAR para distinguir productos de la clase 33 y servicios de la clase 43 de la Clasificación Internacional, presentada por una empresa alemana ante la Oficina de Propiedad Intelectual de la Unión Europea – EUIPO, el 27 de julio de 2016.



3

² Mediante Resolución N° 13880-2017/DSD-INDECOPI de fecha 26 de julio de 2017, recaída en el procedimiento sobre registro multiclase de marca de producto y/o servicio "The Pisco Lab", la Dirección de Signos Distintivos de INDECOPI declaró notoriamente conocida en grado de renombre la denominación de origen PISCO que distingue destilado de mostos frescos de uvas pisqueras recientemente fermentadas, producido en la costa de los departamentos de Lima, Ica, Arequipa, Moquegua y los valles de Locumba, Sama y Caplina del departamento de Tacna. Ver: <https://www.indecopi.gob.pe/web/signos-distintivos/denominacion-de-origen-pisco>

³ Mediante Resolución del 02 de febrero de 2017, la oficina de PROPIEDAD Intelectual de la Unión Europea (EUIPO) desestimó el registro de la marca "PISCO BAR". Dicha resolución se encuentra consentida, por cuanto el solicitante, no ha presentado recurso impugnativo de apelación dentro del plazo establecido.

5.2. Casos de signos genéricos, descriptivos, laudatorios y no distintivos

Genéricos:

Corresponde la presentación de oposiciones al registro de marcas constituidas **exclusivamente** por signos que designen algún producto o servicio (signos genéricos), siempre que el otorgamiento de la marca pueda impedir, restringir o afectar el desarrollo normal de actividades económicas vinculadas con un origen peruano o que afecten los intereses patrios.

Tal es el caso por ejemplo de la solicitud de registro en el extranjero de la marca QUINOA para distinguir quinua procesada de la clase 30 o para quinua sin procesar de la clase 31 de la Clasificación Internacional.

Descriptivos:

Corresponde la presentación de oposiciones ante solicitudes de signos compuestos por términos **exclusivamente** descriptivos de alguna característica de los productos o servicios de que se trate, siempre que estén vinculadas con el Perú.

Por citar un ejemplo, tenemos el caso de la solicitud de registro de la marca PATASKA para distinguir servicios de restauración (alimentación) de la clase 43 de la Clasificación Internacional.

Laudatorios:

Corresponde la formulación de oposiciones ante solicitudes de registro de marcas compuestas **exclusivamente** por frases laudatorias relacionadas al Perú.

Tal es el caso de «EL MEJOR RESTAURANT PERUANO» o «LA AUTÉNTICA GASTRONOMÍA PERUANA» para servicios de restauración (*alimentación*) de la clase 43 de la Clasificación Internacional.

No distintivos:

Corresponde formular oposiciones contra solicitudes de registro que **exclusivamente** contengan signos incapaces de identificar un origen empresarial.

Ejemplo de ello, lo constituyen las solicitudes de registro de marcas tales como, "limeño" o "peruano", en particular, para productos como prendas de vestir, textilera, granos, bebidas alcohólicas y servicios de restauración.

En caso que los signos solicitados **no estén constituidos exclusivamente** por elementos genéricos, no distintivos, frases laudatorias y/o elementos descriptivos, sino que presenten, adicionalmente, otros elementos distintivos, se deberán formular únicamente **observaciones** conforme al canal amarillo.

Las oposiciones detalladas en el presente numeral deberán presentarse con independencia que los solicitantes sean **peruanos o nacionales de otros países**.

5.3. Casos de signos engañosos

Corresponde formular oposiciones contra las solicitudes de registro interpuestas por **nacionales de otros países** que contengan términos que evoquen o designen un origen geográfico peruano, constituyan nombres de sitios arqueológicos peruanos (huacas, cementerios o templos), nombres de culturas incas o pre incas o expresiones que formen parte de su legado cultural, o que indiquen alguna conexión con el origen peruano sin tenerla, en particular, para productos o servicios de las clases 25, 30, 31, 32, 33, 39 y 43 de la Clasificación Internacional, conforme al Anexo I.

Estos supuestos no sólo afectan el interés nacional, sino que inducen a error o engaño a los consumidores respecto de la procedencia geográfica, el modo de elaboración o alguna otra cualidad o característica de los productos o servicios que se pretendan distinguir con el signo solicitado.

Un ejemplo es el caso resuelto por el Instituto Nacional de Propiedad Industrial de Chile – INAPI, ante el intento de registro de la marca MACHU PICCHU para distinguir bebidas alcohólicas (con excepción de cervezas) de la clase 33 de la Clasificación Internacional.

En este caso el INAPI, mediante el Fallo n°. 160335 del 8 de marzo de 2013, reconoció el valor histórico y arqueológico de MACHU PICCHU y destacó el hecho que constituye Patrimonio de la Humanidad según UNESCO.

Con base en ello, denegó el registro de la marca considerando que: «(...) será motivo de toda suerte de errores o confusiones entre el público consumidor, en cuanto a la procedencia de los productos que se quiere distinguir.»

5.4. Casos que afectan la marca país Perú

En el caso que una solicitud de registro incorpore la marca país Perú –o elementos distintivos de ésta-, se debe coordinar la presentación de una oposición conjuntamente con PROMPERÚ, titular de esta marca.

Tal fue el caso de la solicitud de registro en Chile de la marca «Puro Perú» y logotipo. Su registro fue rechazado mediante el Fallo n°. 180314 del 7 de noviembre de 2016.



5.5. Casos sensibles

En estos casos la Cancillería tiene que evaluar si la solicitud presentada podría provocar una reacción adversa, teniendo como base la actualidad, sensibilidad política, económica, social y/o religiosa de nuestro país.

Tal sería el caso en que se pretendan registrar signos constituidos por los términos «Miguel Grau», «Fiesta de la Candelaria», «Señor de los Milagros», entre otros, para productos o servicios que puedan ser lesivos a la moral y/o a las buenas costumbres de nuestros connacionales.

Por citar un caso, el 4 de julio de 2014, se solicitó el registro de la marca constituida por la denominación Sarita cocina peruana travesti y logotipo para servicios de restauración de la clase 43 de la Clasificación Internacional, ante el INAPI de Chile, conforme al siguiente logotipo:



En estos casos, las autoridades o bien la opinión pública podrían considerar las referidas solicitudes ofensivas y que atentan contra el honor, las creencias religiosas y el patrimonio cultural del Perú.

5.6. Presentación de nulidades

Las nulidades de registro de marcas proceden en los casos en que se hayan presentado *observaciones* (canal amarillo) a solicitudes de registro de marcas y éstas hayan sido otorgadas, sin dejar constancia expresa, de que no se otorga derechos exclusivos sobre el elemento descriptivo o genérico objeto de la observación.

Un ejemplo lo encontramos en la resolución de concesión de marca de fecha 02 de diciembre de 2016, solicitud N° 1207768, en la cual el INAPI de Chile otorgó el registro de la marca «Tesoro Peruano» para distinguir aguardientes de la clase 33 de la Clasificación Internacional, sin dejar expresa constancia que no se otorgaban derechos exclusivos sobre el término «peruano», el cual indica el origen geográfico de dichos productos.

6. CANAL AMARILLO

En el caso que elementos genéricos, no distintivos, frases laudatorias o elementos descriptivos vinculados al Perú, formen parte integrante del conjunto de una marca, que además presente otros elementos distintivos, se debe formular únicamente observaciones, tomando como modelo los formatos incluidos en el Anexo II.

La finalidad es que en el caso en que se conceda el registro, éste debe otorgarse en su conjunto con los elementos restantes de la marca, sin conceder derechos exclusivos sobre el término considerado descriptivo, genérico o no distintivo o sobre la frase laudatoria.

En la observación se debe exigir que la autoridad correspondiente, de conceder el registro, deje expresa constancia que no se otorga protección a los referidos elementos, aisladamente considerados.

En particular, este es el caso de términos vinculados a la gastronomía peruana para servicios de la clase 43 de la Clasificación Internacional, tales como, *Gómez cocina peruana*, *Sr. Tanaka peruvian fusion*, *aji amarillo* y logotipo, *Olivo limón restaurant peruano*, *Hola y chaufa*, *Pasta Lima* y logotipo, *Aquí ceviche* y logotipo.

O bien casos tales como, *Rey de la quinoa* y logotipo para productos de las clases 29, 30 y 31; *Sueños del inca* para productos de la clase 33; *Ta Wa peruvian coffee* para productos de la clase 30; y, *Tesoro peruano* para

productos de la clase 33 de la Clasificación Internacional.

7. CANAL VERDE

Todos los casos en los que no corresponde formular observación u oposición alguna, dado que no se afectan los intereses nacionales en el exterior ni el patrimonio cultural material e inmaterial del Perú.

Estos casos corresponden a supuestos no contemplados en los canales anteriores. Tal es el caso de *Pan de la chola* o *Puro sour* para productos de la clase 33 o bien *Nazarenas* para la clase 16 de la Clasificación Internacional.

ANEXO I

Resumen de la Clasificación Internacional de Niza CLASIFICACIÓN INTERNACIONAL DE PRODUCTOS Y SERVICIOS Clasificación de Niza, 11^a Edición, Versión 2017⁴

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 contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en bruto; metales en hojas y en polvo para la pintura, la decoración, la imprenta y trabajos artísticos.

Clase 3. Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones no medicinales; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos no medicinales, lociones capilares no medicinales; dentífricos no medicinales.

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. Productos farmacéuticos, preparaciones para uso médico y veterinario; productos higiénicos y sanitarios para uso médico; alimentos y sustancias dietéticas para uso médico o veterinario, alimentos para bebés; complementos alimenticios para personas o animales; emplastos, material para apósitos; material para empastes e improntas dentales; desinfectantes; productos para eliminar animales dañinos; fungicidas, herbicidas.

Clase 6. Metales comunes y sus aleaciones, minerales metalíferos; materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento y transporte; cajas de caudales.

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; 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.

⁴ También se puede revisar el Clasificador de Productos y Servicios PERUANIZADO. En: <http://servicio.indecopi.gob.pe/appNIZAWeb/>.

Clase 10. Aparatos e instrumentos quirúrgicos, médicos, odontológicos y veterinarios; miembros, ojos y dientes artificiales; artículos ortopédicos; material de sutura; dispositivos terapéuticos y de asistencia para personas discapacitadas; aparatos de masaje; aparatos, dispositivos y artículos de puericultura; aparatos, dispositivos y artículos para actividades sexuales.

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

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; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos.

Clase 15. Instrumentos musicales.

Clase 16. Papel y cartón; productos de imprenta; material de encuadernación; fotografías; artículos de papelería y artículos de oficina, excepto muebles; adhesivos (pegamentos) de papelería o para uso doméstico; material para artistas y material de dibujo; pinceles; material de instrucción y material didáctico; hojas, películas y bolsas de materias plásticas para embalar y empaquetar; caracteres de imprenta, clichés de imprenta.

Clase 17. Caucho, gutapercha, goma, amianto y mica en bruto o semielaborados, así como sucedáneos de estos materiales; materias plásticas y resinas semielaboradas; materiales para calafatear, estopar y aislar; tubos flexibles no metálicos.

Clase 18. Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales.

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.

Clase 20. Muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.

Clase 21. Utensilios y recipientes para uso doméstico y culinario; peines y esponjas; cepillos; materiales para fabricar cepillos; material de limpieza; vidrio en bruto o semielaborado (excepto el vidrio de construcción); artículos de cristalería, porcelana y loza.

Clase 22. Cuerdas y cordeles; redes; tiendas de campaña y lonas; toldos de materias textiles o sintéticas; velas de navegación; sacos para el transporte y almacenamiento de mercancías a granel; materiales de acolchado y relleno, excepto el papel, cartón, caucho o materias plásticas; materias textiles fibrosas en bruto y sus sucedáneos.

Clase 23. Hilos para uso textil.

Clase 24. Tejidos y sus sucedáneos; ropa de hogar; cortinas de materias textiles o de materias plásticas.

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; adornos para el cabello; cabello postizo.

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

Clase 28. Juegos y juguetes; aparatos de videojuegos; artículos de gimnasia y deporte; adornos para árboles de Navidad.

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. Productos agrícolas, acuícolas, hortícolas y forestales en bruto y sin procesar; granos y semillas en bruto o sin procesar; frutas y verduras, hortalizas y legumbres frescas, hierbas aromáticas frescas; plantas y flores naturales; bulbos, plantones y semillas para plantar; animales vivos; productos alimenticios y bebidas para animales; malta.

Clase 32. Cervezas; aguas minerales 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 cervezas).

Clase 34. Tabaco; artículos para fumadores; cerillas.

SERVICIOS

Clase 35. Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Clase 36. Servicios de 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 física de bienes materiales y personas; servicios personales y sociales prestados por terceros para satisfacer necesidades individuales.

ANEXO II

Modelo de observación sugerido para observaciones en Chile

Materia: OBSERVACIÓN A SOLICITUD DE REGISTRO

SOLICITUD N°:.....

Señor Director

Instituto Nacional de la Propiedad Industrial - INAPI

..... **(nombre del representante, documento de identidad, cargo y documento de designación)**, con domicilio real y procesal en, en representación de la **REPÚBLICA DEL PERÚ**, a usted respetuosamente digo:

Formulo observación a la presente solicitud n°., publicada en el Diario Oficial (o Gaceta) de fecha, correspondiente al registro de la marca solicitada por de **(país o nacionalidad que corresponda)**, para distinguir **(consignar productos o servicios)** de la clase **(consignar la clase)**

La presente observación tiene por objeto solicitar que en caso se conceda el registro del signo solicitado, el mismo se otorgue sin protección de la expresión aisladamente considerada, ello en virtud de lo dispuesto por los artículos (por ejemplo: 19 bis C y 20 Letra e) de la Ley 19.039, Ley de Propiedad Industrial de Chile), por **indicar el género/ser descriptiva** de los **productos/servicios** para los cuales se pretende su registro.

En efecto, dicha denominación constituye un término indicativo **del género/origen geográfico (dependiendo si se está en un supuesto u otro)** de los **productos/servicios**, en la medida que **(explicar el carácter genérico -"quinua-" para quinua) o descriptivo -"peruano-" en restaurant peruano).**

Así, dado el carácter **genérico/descriptivo (dependiendo si se está en un supuesto u otro)** de la expresión, la misma no puede ser monopolizada por un único comerciante en desmedro de los otros, sino que, en caso de otorgarse la marca, la protección debe concederse en forma conjunta, dejando expresa constancia que ello se hace sin protección de la expresión aisladamente considerada.

POR TANTO,

A USTED PIDO: Tener presente la observación formulada y tomarla en cuenta al momento de realizar el examen de fondo del registro del signo solicitado y, de otorgarse, dejar constancia expresa en la resolución que no se otorga protección a la expresión, aisladamente considerada.

OTRO SÍ: Se adjunta documento que acredita la representación a nombre de la **REPÚBLICA DEL PERÚ.**



INSTITUTO NACIONAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROTECCIÓN DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL

Sede Lima Sur: Calle De la Prosa N° 104, San Borja, Lima, Perú.

Teléfono: 224-7777

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

Síguenos por:

Indecopi Oficial



Radi
INDECOPI

www.indecopi.gob.pe/radio

www.indecopi.gob.pe