



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

COMISIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

RESOLUCIÓN N° 5130-2019/CSD-INDECOPI

EXPEDIENTE : 790131-2019
SOLICITANTE : BANCO DE CREDITO DEL PERU
OPOSITORA : BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A.
MATERIA : SOLICITUD DE REGISTRO MULTICLASE DE MARCA
DE PRODUCTO Y/O SERVICIO
OPOSICIÓN

Lima, 12 de noviembre de 2019.

1. ANTECEDENTES

Con fecha 19 de marzo de 2019, BANCO DE CREDITO DEL PERU, de Perú, solicitó el registro multiclase de marca de producto y/o servicio constituido por la denominación Mi Chanchito BCP, para distinguir:

Clase 35: Publicidad; difusión de anuncios publicitarios, incluyendo a través de una red informática o de aplicaciones móviles; organización de exposiciones y eventos con fines comerciales o publicitarios; gestión de negocios comerciales, incluyendo los relacionados a sistemas de fidelización de clientes mediante acumulación de puntos; administración comercial; trabajos de oficina; elaboración de estados de cuenta; facturación; indexación de páginas web con fines comerciales o publicitarios; optimización de motores de búsqueda con fines de promoción de venta; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta al por menor; sistematización de información en bases de datos informáticas; información sobre negocios, incluyendo la prestada mediante una aplicación móvil, suministro de información comercial a través de sitios web, gestión de archivos informáticos.

Clase 36: Servicios bancarios, financieros, monetarios, crediticios, de seguros, y de emisión de tarjetas de crédito, débito, prepago u otros tipos de tarjetas de pago o de fidelización; concesión de descuentos en establecimientos asociados de terceros mediante una tarjeta de miembro; afiliación de comercios de cualquier tipo para que acepten pagos electrónicos con tarjetas de crédito, débito y prepago; servicios bancarios en línea; transferencia electrónica de fondos; servicios de procesamiento de pagos por tarjeta de débito o de crédito; administración financiera; asesoría y/o información en

Página 1 de 12



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



materia bancaria, financiera y de seguros; depósito de valores; servicios de agencias de cobro de deudas; información financiera, bancaria, de seguros o inmobiliaria, incluyendo la prestada mediante una aplicación móvil, suministro de información financiera, bancaria, de seguros o inmobiliaria a través de sitios web, servicios de pagos realizados a través de una aplicación informática móvil.

Mediante escrito de fecha 09 de mayo de 2019, BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A., de Perú, formuló oposición manifestando lo siguiente:

- Es titular de las marcas EL CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 12280) y CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 60367) que distinguen servicios de las clases 35 y 36 de la Clasificación Internacional.
- Los signos en conflicto son semejantes a nivel gráfico y fonético, puesto que comparten la denominación CHANCHITO.
- Existe riesgo de asociación, lo cual genera la dilución de sus marcas.
- Los signos en conflicto distinguen algunos de los mismos servicios y otros vinculados, puesto que son sustitutos, comparten canales de comercialización.

Amparó su oposición en los artículos 136 inciso a) y 146 de la Decisión 486.

Mediante providencia del 13 de mayo de 2019, se solicitó a la opositora precisar si se opone en todas las clases o sólo en alguna de ellas, para lo cual se le dio 02 días hábiles de plazo, bajo apercibimiento de tener por no presentada la oposición.

Mediante escrito del 16 de mayo de 2019, la opositora manifestó que se opone en las clases 35 y 36 de la Clasificación Internacional.

Mediante providencia del 17 de mayo de 2019, se dejó constancia que la presente oposición se formula contra la solicitud de registro de la marca denominativa Mi Chanchito BCP que pretende distinguir servicios de las clases 35 y 36 de la Clasificación Internacional.

No obstante haber sido debidamente notificada, la solicitante no absolvió el traslado de la oposición formulada, razón por la que, mediante providencia de fecha 12 de julio de 2019, se dejó constancia de tal hecho y se señaló que el expediente se encontraba para resolver, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 150 de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial.

2. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

La Comisión, conforme a los antecedentes expuestos, deberá determinar lo siguiente:

- A. Respecto de la solicitud de registro de la marca Mi Chanchito BCP, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional.
- Si existe riesgo de confusión entre el signo solicitado Mi Chanchito BCP y las marcas registradas a favor de BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A., de Perú.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



B. Respecto de la solicitud de registro de la marca Mi Chanchito BCP, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 36 de la Clasificación Internacional

- Si existe riesgo de confusión entre el signo solicitado Mi Chanchito BCP y las marcas registradas a favor de BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A., de Perú.

3. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

3.1. Cuestión previa

- Riesgo de dilución alegado por la opositora

La opositora sostiene que existe riesgo de asociación, lo cual genera la dilución de sus marcas.

Al respecto, tenemos que la protección contra el riesgo de dilución se aplica única y exclusivamente a marcas que gozan de la calidad de notoriamente conocidas, de conformidad con lo que establece el artículo 136 inciso h) de la actual Decisión 486, calidad que en el presente caso no ha sido invocada, por lo que no corresponde emitir pronunciamiento al respecto.

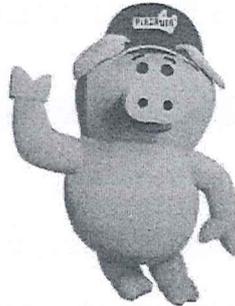
3.2. Informe de antecedentes

Del informe de antecedentes que obran en el expediente, se ha verificado lo siguiente:

- a) BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A., de Perú, es y/o fue titular de las siguientes marcas:
- La marca de servicio constituida por la denominación CHANCHITO MILLONARIO, inscrita el 02 de febrero de 2010, con certificado N° 60367, vigente hasta el 02 de febrero de 2020, que distingue publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina, de clase 35 de la Clasificación Internacional.
 - La marca de servicio constituida por la denominación EL CHANCHITO MILLONARIO, inscrita el 10 de octubre de 1997, con certificado N° 12280, vigente hasta el 10 de octubre de 2017, que distingue seguros, negocios financieros, negocios monetarios, negocios inmobiliarios, de clase 36 de la Clasificación Internacional.

Mediante expediente N° 790130-2019, BANCO DE CREDITO DEL PERU, de Perú, solicitó la cancelación de dicho registro. Mediante Resolución N°3331-2019/CSD-INDECOPI, del 23 de julio de 2019, esta Comisión declaró fundada la cancelación y canceló dicho registro. Dicha resolución quedó consentida el 20 de septiembre de 2019.

- b) SUPERMERCADOS PERUANOS S.A., de Perú, es titular de la marca de servicio constituida por la denominación DON TITO EL CHANCHITO PLAZA VEA y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo adjunto:



Don Tito el Chanchito

Inscrita el 02 de diciembre de 2011, con certificado N° 71029, vigente hasta el 02 de diciembre de 2021, que distingue publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina, de la clase 35 de la Clasificación Internacional.

Respecto de la solicitud de registro de la marca Mi Chanchito BCP, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional.

3.3. Respecto a la oposición en base a la marca EL CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 12280)

En el presente caso, se ha verificado que cuando formuló oposición en el expediente de vista, BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A. ostentaba derechos de propiedad industrial sobre la marca EL CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 12280), base de su oposición.

Al respecto, tal como se aprecia del informe de antecedentes, mediante expediente N° 790130-2019, BANCO DE CREDITO DEL PERU, de Perú, solicitó la cancelación de la marca EL CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 12280) que distingue servicios de la clase 36 de la Clasificación Internacional. Mediante Resolución N°3331-2019/CSD-INDECOPI, del 23 de julio de 2019, esta Comisión declaró fundada la acción de cancelación y canceló dicho registro. Dicha resolución quedó consentida el 20 de septiembre de 2019.

En tal sentido, la opositora ha perdido los derechos que ostentaba sobre la citada marca, por lo que carece de objeto pronunciarse respecto de este extremo de la oposición formulada por BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A.

3.4. Evaluación del riesgo de confusión

La opositora sustentó su oposición sobre la base a la marca CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 60367) que distingue servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional.



El artículo 136 inciso a) de la Decisión N° 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial señala que *“no podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando 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”*

De acuerdo a lo dispuesto en la norma citada, para que se configure la confundibilidad, deben concurrir dos requisitos: que exista identidad o semejanza entre los signos enfrentados, y que los signos en cuestión se apliquen a productos o servicios idénticos o vinculados.

En consecuencia, el que una marca se considere susceptible de producir riesgo de confusión con un signo registrado o solicitado con anterioridad, va a depender tanto de las semejanzas existentes entre ellos, como de la identidad, semejanza o vinculación de los productos o servicios a los que estén destinados a identificar.

La confusión a la que puede ser inducido el público consumidor en el mercado puede darse de dos formas. Así, la confusión directa se presenta cuando dos productos o servicios, idénticos se encuentran marcados por signos iguales o similares de modo tal que el consumidor adquiere un producto o contrata un servicio en la creencia errónea que se trata del producto o servicio del competidor. De otro lado, la confusión indirecta, no está referida a los productos o servicios en sí, sino al origen empresarial de los mismos, es decir que el consumidor aun diferenciando claramente los productos o servicios, considera que ambos pertenecen a un mismo titular.

De lo expuesto se concluye que para el análisis del riesgo de confusión se deberá tener en cuenta tanto la semejanza de los signos en sí, como la naturaleza de los productos o servicios a los que se aplican, debiéndose tener presente que, por lo general, la confusión entre dos signos será mayor cuanto mayor sea la similitud o conexión competitiva entre los productos o servicios a distinguir.

3.4.1. Servicios a los que se refieren los signos en conflicto

En cuanto a los productos o servicios, cabe señalar que uno de los principios en los que se sustenta el derecho marcario es el de especialidad, en virtud del cual se limita con carácter general la posibilidad de oponer una marca registrada frente al registro o uso de un signo idéntico o similar respecto a productos o servicios idénticos o semejantes.

Así, el registro de una marca otorga protección a su titular no sólo respecto a los productos o servicios para los cuales se concedió el registro, sino que también opera en relación a productos o servicios que se asemejen al grado de inducir a confusión al público consumidor o usuario, con independencia de si éstos se encuentran comprendidos o no en una misma clase de la Clasificación Internacional.

Entonces, al evaluar si existe o no vinculación entre los productos o servicios, se debe atender a criterios tales como la naturaleza, finalidad o carácter complementario de los productos y/o servicios de que se trate, así como sus canales de comercialización o



distribución; es decir, si son ofrecidos en los mismos establecimientos, el público al que están dirigidos, entre otros.

Al respecto, cabe precisar que la Clasificación Internacional de Productos y Servicios de Niza es irrelevante para efectos de determinar si existe similitud entre los productos o servicios en cuestión. Así lo entiende el artículo 151 de la Decisión 486 en su segundo párrafo, al establecer expresamente que "(...) *Las clases de la Clasificación Internacional referida en el párrafo anterior no determinarán la similitud ni la disimilitud de los productos o servicios indicados expresamente*", por lo que puede suceder que productos o servicios comprendidos en una misma clase de la Clasificación Internacional no sean semejantes y, a su vez, que productos o servicios de clases diferentes sean similares.

En consecuencia, para determinar el alcance del principio de especialidad, se deberá analizar si los productos o servicios a los que están referidos los signos son similares según su naturaleza, finalidad, canales de comercialización, complementariedad, utilización conjunta o público consumidor al que van dirigidos.

En el presente caso, el signo solicitado pretende distinguir publicidad; difusión de anuncios publicitarios, incluyendo a través de una red informática o de aplicaciones móviles; organización de exposiciones y eventos con fines comerciales o publicitarios; gestión de negocios comerciales, incluyendo los relacionados a sistemas de fidelización de clientes mediante acumulación de puntos; administración comercial; trabajos de oficina; elaboración de estados de cuenta; facturación; indexación de páginas web con fines comerciales o publicitarios; optimización de motores de búsqueda con fines de promoción de venta; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta al por menor; sistematización de información en bases de datos informáticas; información sobre negocios, incluyendo la prestada mediante una aplicación móvil, suministro de información comercial a través de sitios web, gestión de archivos informáticos, de la clase 35 de la Clasificación Internacional.

Por su parte, la marca registrada distingue publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina, de clase 35 de la Clasificación Internacional.

Al respecto, los signos en conflicto distinguen algunos de los mismos servicios, a saber, publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina.

Asimismo, la gestión de negocios comerciales, incluyendo los relacionados a sistemas de fidelización de clientes mediante acumulación de puntos que pretende distinguir el signo solicitado están incluido en gestión de negocios comerciales que distingue la marca registrada.

Además, la difusión de anuncios publicitarios, incluyendo a través de una red informática o de aplicaciones móviles, la organización de exposiciones y eventos con fines comerciales o publicitarios; indexación de páginas web con fines comerciales o publicitarios; optimización de motores de búsqueda con fines de promoción de venta; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta al por



menor que pretende distinguir el signo solicitado están incluidos en los servicios de publicidad que distingue la marca registrada.

De otro lado, la información sobre negocios, incluyendo la prestada mediante una aplicación móvil, suministro de información comercial a través de sitios web que pretende distinguir el signo solicitado está incluida en la gestión de negocios comerciales que distingue la marca registrada.

Por otra parte, la gestión de archivos informáticos, sistematización de información en bases de datos informáticas; elaboración de estados de cuenta; facturación, que pretende distinguir el signo solicitado, están vinculados con la administración comercial, gestión de negocios comerciales que distingue la marca registrada, puesto que los primeros son complementarios de los segundos. En efecto, la mayoría de los negocios comerciales que desarrollan sus actividades en el ámbito comercial requieren de una correcta administración para aumentar sus capacidades al máximo y así poder acercarse o incluso alcanzar todos los objetivos que se han impuesto, por tanto, para que una gestión y/o administración de negocios comerciales sea eficiente debe reflejar una estructura funcional, en la cual se encuentren todas las actividades que se deben realizar para el cumplimiento de sus objetivos, siendo los servicios que pretende distinguir el signo solicitado el complemento de los servicios que distingue la marca registrada¹.

En ese sentido, se ha verificado que se cumple con uno de los requisitos para que se genere riesgo de confusión en el mercado, quedando por determinar si los signos son o no, semejantes en grado de confusión. Además, dada la identidad de algunos de los servicios a que se refieren los signos en conflicto, esta Comisión considera que se incrementa el riesgo de confusión, por lo que se deberá ser más riguroso en el examen comparativo de los signos.

3.4.2. Examen comparativo

El artículo 45 del Decreto Legislativo N° 1075, señala que *“a efectos de establecer si dos signos son semejantes y capaces de inducir a confusión y error al consumidor, la Dirección competente tendrá en cuenta principalmente los siguientes criterios:*

- a) *La apreciación sucesiva de los signos considerando su aspecto de conjunto y con mayor énfasis en las semejanzas que en las diferencias;*
- b) *El grado de percepción del consumidor medio;*
- c) *La naturaleza de los productos o servicios y su forma de comercialización o prestación, respectivamente;*
- d) *El carácter arbitrario o de fantasía del signo, su uso, publicidad y reputación en el mercado; y,*
- e) *Si el signo es parte de una familia de marcas”.*

¹ Criterio similar adoptado mediante Resolución N° 3619-2018/CSD-INDECOPI, del 10 de julio de 2018, recaído en el expediente N° 719277-2017.



El artículo 46 del Decreto Legislativo N° 1075 establece que *“tratándose de signos denominativos, en adición a los criterios señalados en el artículo 45 de este Decreto Legislativo, se tendrá en cuenta lo siguiente:*

a) *La semejanza gráfico-fonética;*

b) *La semejanza conceptual; y,*

Si el signo incluye palabras genéricas y/o descriptivas, se realizará el análisis sobre la palabra o palabras de mayor fuerza distintiva”.

Asimismo, para determinar si dos signos son confundibles, debe partirse de la impresión de conjunto que cada uno de ellos pueda suscitar en el público consumidor, ya que, por lo general, éste no podrá comparar ambos signos a la vez, sino más bien el signo que tenga al frente en un momento determinado va a ser confrontado con el recuerdo que guarde del signo anteriormente percibido.

Previamente a la realización del presente examen comparativo, cabe indicar que la denominación CHANCHITO se encuentra presente en otra marca registrada a favor de un tercero en la clase 35 de la Clasificación Internacional, con lo cual se trata de un término débil en dicha clase, con lo cual el citado término no será determinante para la existencia de semejanza o diferencia entre los signos en conflicto.

Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado Mi Chanchito BCP y la marca registrada CHANCHITO MILLONARIO, se advierte que, vistos en su conjunto y de forma sucesiva, dichos signos resultan diferentes.

En efecto, el signo solicitado Mi Chanchito BCP y la marca registrada CHANCHITO MILLONARIO están conformadas por un número diferente de denominaciones (tres en el caso del signo solicitado y dos en el caso de la marca registrada) las cuales, evaluadas en su conjunto, generan una pronunciación y una impresión visual de conjunto diferente.

3.4.3. Conclusión

Por lo anterior, si bien los signos en conflicto distinguen algunos de los mismos servicios y otros vinculados, dadas las diferencias entre los mismos, la Comisión determina que el otorgamiento del registro solicitado no es susceptible de producir riesgo de confusión en el público consumidor; correspondiendo declarar infundada la oposición formulada.

3.5. Examen de registrabilidad

Realizado el examen de registrabilidad del signo solicitado se ha determinado que cumple con ser distintivo y susceptible de representación gráfica, conforme lo establece el artículo 134 de la Decisión N° 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial. Asimismo, se encuentra fuera de las prohibiciones de registro establecidas en los artículos 135 y 136 de la citada norma, por lo que corresponde acceder a su registro.



Cabe señalar que se ha tenido a la vista la marca  (certificado N° 71029), con la cual esta Comisión considera que el signo solicitado no es susceptible de generar riesgo



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



de confusión, dado que presentan diferencias gráficas y fonéticas que permiten diferenciarlos entre sí.

Respecto de la solicitud de registro de la marca Mi Chanchito BCP, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 36 de la Clasificación Internacional

3.6. Respecto a la oposición en base a la marca EL CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 12280)

En el presente caso, se ha verificado que cuando formuló oposición en el expediente de vista, BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A. ostentaba derechos de propiedad industrial sobre la marca EL CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 12280), base de su oposición.

Al respecto, tal como se aprecia del informe de antecedentes, mediante expediente N° 790130-2019, BANCO DE CREDITO DEL PERU, de Perú, solicitó la cancelación de la marca EL CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 12280) que distingue servicios de la clase 36 de la Clasificación Internacional. Mediante Resolución N°3331-2019/CSD-INDECOPI, del 23 de julio de 2019, esta Comisión declaró fundada la acción de cancelación y canceló dicho registro. Dicha resolución quedó consentida el 20 de septiembre de 2019.

En tal sentido, la opositora ha perdido los derechos que ostentaba sobre la citada marca, por lo que carece de objeto pronunciarse respecto de este extremo de la oposición formulada por BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A.

3.7. Evaluación del riesgo de confusión

La opositora sustentó su oposición en base a la marca CHANCHITO MILLONARIO (certificado N° 60367) que distingue servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional.

En tal virtud corresponde evaluar si existe riesgo de confusión entre el signo solicitado y la marca registrada precitada, tomando en cuenta la normativa señalada en el numeral 3.2. de la presente Resolución, en lo que resulte aplicable.

3.7.1. Servicios a los que se refieren los signos en conflicto

En el presente caso, el signo solicitado pretende distinguir servicios bancarios, financieros, monetarios, crediticios, de seguros, y de emisión de tarjetas de crédito, débito, prepago u otros tipos de tarjetas de pago o de fidelización; concesión de descuentos en establecimientos asociados de terceros mediante una tarjeta de miembro; afiliación de comercios de cualquier tipo para que acepten pagos electrónicos con tarjetas de crédito, débito y prepago; servicios bancarios en línea; transferencia electrónica de fondos; servicios de procesamiento de pagos por tarjeta de débito o de crédito; administración financiera; asesoría y/o información en materia bancaria, financiera y de seguros; depósito de valores; servicios de agencias de cobro de deudas; información financiera, bancaria, de seguros o inmobiliaria, incluyendo la prestada mediante una aplicación móvil, suministro de información financiera, bancaria, de



seguros o inmobiliaria a través de sitios web, servicios de pagos realizados a través de una aplicación informática móvil, de la clase 36 de la Clasificación Internacional.

Por su parte, la marca registrada distingue publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina, de clase 35 de la Clasificación Internacional.

Al respecto, se advierte que los servicios que pretende distinguir el signo solicitado y los servicios que distingue la marca registrada, no guardan vinculación entre sí, dado que se trata de servicios de diferente naturaleza y finalidad, por lo que estarán dirigidos a satisfacer necesidades diferentes, y se encuentran dirigidos a un sector de usuarios diferente.

En efecto, los servicios que pretende distinguir el signo solicitado registradas están dirigidas al sector de seguros, temas financieros e inmobiliarios, mientras que la marca registrada tiene por finalidad dar a conocer un producto y/o servicio; el buen funcionamiento empresarial y su desarrollo; facilitar la realización de los trabajos propios de oficina.

Sin perjuicio de lo anterior, se procederá a realizar el examen comparativo entre los signos en conflicto, a fin de emitir un pronunciamiento sobre todos los puntos materia de controversia.

3.7.2. Examen comparativo

Previamente a la realización del presente examen comparativo, cabe indicar que en nuestro medio es común asociar el concepto de chanco/chanchito a la acción de ahorrar², ello debido a la difusión de alcancias en forma de cerdo para tal propósito; en tal sentido la denominación CHANCHITO, presente en el signo solicitado, carece de distintividad, debido a que no será capaz de indicar un origen empresarial determinado, respecto de los servicios que pretende distinguir en la clase 36 de la Clasificación Internacional, por lo que no formará parte del presente análisis.

Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado Mi Chanchito BCP y la marca registrada CHANCHITO MILLONARIO, se advierte que, vistos en su conjunto y de forma sucesiva, dichos signos resultan diferentes.

En efecto, los signos en conflicto están conformados por las denominaciones Mi Chanchito BCP y CHANCHITO MILLONARIO, que presentan una secuencia diferente de vocales (I /A-I-O I-O-A-I-O) y de consonantes (M B-C-P/C-H-N-C-H-T M-L-L-N-R), generando una pronunciación de conjunto diferente.

3.7.3. Conclusión

Por lo anterior, tomando en cuenta que los signos en conflicto presentan diferencias y se encuentran destinados a distinguir servicios no vinculados entre sí, la Comisión

² Información verificada en: <https://www.elcomercio.com/afull/alcancias-cerdo-ahorro-dinero-dedondesalio.html>, <https://www.lider.com.pe/noticias/5-pasos-para-fomentar-el-habito-del-ahorro-en-tu-familia-a-traves-del-ejemplo>



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



determina que el otorgamiento del registro solicitado no es susceptible de producir riesgo de confusión en el público consumidor, por lo que corresponde declarar infundada la oposición formulada.

3.8. Examen de registrabilidad

Realizado el examen de registrabilidad del signo solicitado se ha determinado que cumple con ser distintivo y susceptible de representación gráfica, conforme lo establece el artículo 134 de la Decisión N° 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial. Asimismo, se encuentra fuera de las prohibiciones de registro establecidas en los artículos 135 y 136 de la citada norma, por lo que corresponde acceder a su registro.

La presente Resolución se emite en aplicación de las normas legales mencionadas y en ejercicio de las facultades conferidas por los artículos 36, 40, 41 y 42 de la Ley de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI), sancionada por Decreto Legislativo N° 1033, concordante con el artículo 4 del Decreto Legislativo N° 1075 de acuerdo a las modificaciones introducidas al mismo por los Decretos Legislativos N° 1309 y 1397; así como por los artículos 50, 51 y 52 del Reglamento de Organización y Funciones del Instituto Nacional de Defensa de la Competencia y de la Protección de la Propiedad Intelectual (INDECOPI).

4. DECISIÓN DE LA COMISIÓN

Primero. - Declarar INFUNDADA la oposición formulada por que BANCO INTERNACIONAL DEL PERU S.A.A., de Perú.

Segundo. – INSCRIBIR en el Registro Multiclase de Marcas de Producto y/o Servicio de la Propiedad Industrial, a favor de BANCO DE CREDITO DEL PERU, de Perú, el registro multiclase de la marca de producto y/o servicio constituido por la denominación Mi Chanchito BCP, para distinguir publicidad; difusión de anuncios publicitarios, incluyendo a través de una red informática o de aplicaciones móviles; organización de exposiciones y eventos con fines comerciales o publicitarios; gestión de negocios comerciales, incluyendo los relacionados a sistemas de fidelización de clientes mediante acumulación de puntos; administración comercial; trabajos de oficina; elaboración de estados de cuenta; facturación; indexación de páginas web con fines comerciales o publicitarios; optimización de motores de búsqueda con fines de promoción de venta; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta al por menor; sistematización de información en bases de datos informáticas; información sobre negocios, incluyendo la prestada mediante una aplicación móvil, suministro de información comercial a través de sitios web, gestión de archivos informáticos, de la clase 35 de la Clasificación Internacional.

Tercero. - INSCRIBIR en el Registro Multiclase de Marcas de Producto y/o Servicio de la Propiedad Industrial, a favor de BANCO DE CREDITO DEL PERU, de Perú, el registro multiclase de la marca de producto y/o servicio constituido por la denominación Mi Chanchito BCP (sin reivindicar la denominación Chanchito), para distinguir servicios bancarios, financieros, monetarios, crediticios, de seguros, y de emisión de tarjetas de crédito, débito, prepago u otros tipos de tarjetas de pago o de fidelización; concesión de descuentos en establecimientos asociados de terceros mediante una tarjeta de

Página 11 de 12



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



miembro; afiliación de comercios de cualquier tipo para que acepten pagos electrónicos con tarjetas de crédito, débito y prepago; servicios bancarios en línea; transferencia electrónica de fondos; servicios de procesamiento de pagos por tarjeta de débito o de crédito; administración financiera; asesoría y/o información en materia bancaria, financiera y de seguros; depósito de valores; servicios de agencias de cobro de deudas; información financiera, bancaria, de seguros o inmobiliaria, incluyendo la prestada mediante una aplicación móvil, suministro de información financiera, bancaria, de seguros o inmobiliaria a través de sitios web, servicios de pagos realizados a través de una aplicación informática móvil, de la clase 36 de la Clasificación Internacional.

El presente registro queda bajo el amparo de la Ley por el plazo de diez años, contado a partir de la fecha de la presente Resolución.

Con la intervención de los miembros de Comisión: Ray Augusto Meloni García, Sandra Patricia Li Carmelino, Gisella Carla Ojeda Brignole y Efraín Samuel Pacheco Guillén.



Regístrese y comuníquese.

RAY AUGUSTO MELONI GARCÍA
Presidente de la Comisión de Signos Distintivos