

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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

SOLICITANTE : CBN PERÚ S.A.

OPOSITORA : SCOTIABANK PERÚ S.A.A.

Principio de Especialidad – Análisis del riesgo de confusión entre signos que se refieren a servicios de las clases 35, 36 y 41 de la Nomenclatura Oficial: Inexistencia.

Lima, diecinueve de marzo de dos mil veinticinco.

I. ANTECEDENTES

Con fecha 27 de julio de 2022, Cbn Perú S.A. (Perú) solicitó el registro de la marca de servicio constituida por la denominación **INSTACASH y logotipo** (se reivindica colores¹), conforme al modelo, para distinguir servicios de entretenimiento de la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial.



Con fecha 14 de setiembre de 2022, Scotiabank Perú S.A.A. (Perú), formuló oposición manifestando lo siguiente:

(i) Es titular de las siguientes marcas registradas:

Marca	Certificado N°	Clase
	109521	35
	109525	36

¹ Se aprecian los colores: azul en distintas tonalidad, verde y blanco.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

- (ii) Los signos en conflicto son fonéticamente idénticos dado que comparten la misma denominación INSTACASH y distinguen servicios vinculados entre sí.
 - (iii) Los signos son gráfica y conceptualmente semejantes por lo que generarán confusión en el público usuario.
 - (iv) El público usuario asumirá que el signo solicitado es una variación de la marca registrada o que provienen del mismo origen empresarial.
- Amparó su oposición en el inciso a) del artículo 136 de la Decisión 486².

Con fecha 24 de octubre de 2022, la solicitante Cbn Perú S.A. absolvió el traslado de la oposición, manifestando lo siguiente:

- (i) Los servicios a los que se refieren los signos en conflicto no se encuentran vinculados entre sí.
- (ii) Aun cuando los signos compartan la misma denominación, estos se distinguen en su aspecto gráfico.
- (iii) Solicitó la limitación de los servicios a distinguir a: “Servicios de entretenimiento destinados únicamente a juegos de azar; servicios de apuestas; servicios de casino; servicios de juegos para propósitos de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionados con el uso y desarrollo de sistemas software para juegos de azar y juegos informáticos en línea; suministro de equipamiento de juegos para salas de juego; suministro de equipamiento de casino [juegos de azar]; servicios de entretenimiento con maquinaria de juegos; suministro de instalaciones de casino [juegos de azar]; suministro de máquinas de juego a salas de juego; servicios de suministro de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionado con alquiler de máquinas de juego con imágenes, edición o grabación de sonidos; servicios de entretenimiento de grabación de sonido y vídeo; alquiler de aparatos de reproducción de sonidos; suministro de equipamiento de juegos para casinos; suministro de instalaciones de casino; servicios de juegos de azar en línea (online); Servicios de salas de

² **Artículo 136.-** No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

- a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

(...)



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

juego (casinos), explotación de salas de juego, casinos en línea (online) y sitios web de apuestas en línea (online); servicios de lotería; suministro de juegos por medio un sistema informático; entretenimiento en línea (online) interactivo; servicios de casino en línea (online); Servicios de juego en línea (online) a través de dispositivos móviles; Suministro de entretenimiento en línea (online) en la forma de torneos de juegos; Suministro de información en línea (online) en el área del entretenimiento de juegos informáticos; servicios de apuesta deportiva; servicios de apuestas deportivas en línea (online)” de la clase 41 de la Nomenclatura Oficial.

Mediante proveído de fecha 26 de octubre de 2022, la Secretaría Técnica de la Comisión de Signos Distintivos dispuso acceder a la limitación de servicios solicitada por Cbn Perú S.A., por lo que el signo solicitado distinguirá en adelante: *“Servicios de entretenimiento destinados únicamente a juegos de azar; servicios de apuestas; servicios de casino; servicios de juegos para propósitos de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionados con el uso y desarrollo de sistemas software para juegos de azar y juegos informáticos en línea; suministro de equipamiento de juegos para salas de juego; suministro de equipamiento de casino [juegos de azar]; servicios de entretenimiento con maquinaria de juegos; suministro de instalaciones de casino [juegos de azar]; suministro de máquinas de juego a salas de juego; servicios de suministro de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionado con alquiler de máquinas de juego con imágenes, edición o grabación de sonidos; servicios de entretenimiento de grabación de sonido y vídeo; alquiler de aparatos de reproducción de sonidos; suministro de equipamiento de juegos para casinos; suministro de instalaciones de casino; servicios de juegos de azar en línea (online); Servicios de salas de juego (casinos), explotación de salas de juego, casinos en línea (online) y sitios web de apuestas en línea (online); servicios de lotería; suministro de juegos por medio un sistema informático; entretenimiento en línea (online) interactivo; servicios de casino en línea (online); Servicios de juego en línea (online) a través de dispositivos móviles; Suministro de entretenimiento en línea (online) en la forma de torneos de juegos; Suministro de información en línea (online) en el área del entretenimiento de juegos informáticos; servicios de apuesta deportiva; servicios de apuestas deportivas en línea (online)”* de la clase 41 de la Nomenclatura Oficial.

**PERÚ**Presidencia
del Consejo de Ministros**INDECOPI****TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA
Y DE LA PROPIEDAD INTELECTUAL
Sala Especializada en Propiedad Intelectual****RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI****EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD**

Mediante Resolución N° 1295-2023/CSD-INDECOPI de fecha 12 de junio de 2023, la Comisión de Signos Distintivos declaró INFUNDADA la oposición formulada por Scotiabank Perú S.A.A. y, dispuso INSCRIBIR (entiéndase: OTORGAR) el registro del signo solicitado. La Comisión consideró lo siguiente:

- Scotiabank Perú S.A.A., sustentó su oposición en base a las marcas INSTACASH y logotipo (Certificados N° 109521 y 109525), que distinguen servicios de las clases 35 y 36 de la Nomenclatura Oficial.
- Los servicios que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 41 son distintos y no se encuentran vinculados con los servicios que distinguen las marcas registradas en las clases 35 y 36, ya que tienen distinta naturaleza y finalidad.
- Así, los primeros se refieren a la prestación de servicios de entretenimiento relacionados esencialmente con juegos de azar, servicios de apuestas y juegos de azar o de casino en línea; mientras que los servicios de la clase 35 (Certificado N° 109521) están relacionados a la asistencia de empresas y/o negocios con el fin que éstas alcancen sus propósitos y objetivos, así como servicios que tienen como finalidad el desarrollo de estrategias destinadas al ofrecimiento de diversos productos al público a fin de captar la atención de la clientela (servicios de publicidad), y los servicios de la clase 36 (Certificado N° 109525) se refieren principalmente a servicios brindados en el marco de operaciones financieras y monetarias, los cuales suelen ser prestados por entidades financieras autorizadas para ello, así como a servicios destinados a la compra y venta de propiedades y servicios de seguros. En ese sentido, serán ofrecidos por empresas distintas y estarán destinados a distinto público usuario.
- Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado INSTACASH y logotipo y las marcas INSTACASH y logotipo (Certificado N° 109521) e INSTACASH y logotipo (Certificado N° 109525), registradas en las clases 35 y 36, respectivamente, se determina que son semejantes
- La semejanza radica en el hecho que los signos incluyen la denominación INSTACASH, lo que determina que los signos generen un impacto sonoro idéntico.
- Si bien el signo solicitado incluye la denominación INSTACASH escrita con un tipo de letra característica junto con elementos gráficos y cromáticos adicionales (celeste, azul y verde) y las marcas registradas

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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

presentan un tipo de letra distinto al del signo solicitado en color blanco sobre un fondo en color rojo todo dentro de una figura rectangular; ello no resulta suficiente para desvirtuar la semejanza antes referida, toda vez que el usuario podría creer que el signo solicitado constituye una variación de las marcas de la opositora, pudiendo el usuario asignarles el mismo origen empresarial.

- La denominación INSTACASH es susceptible de evocar la idea de “dinero en efectivo de forma instantánea”, por lo que existen semejanzas conceptuales entre los signos.
- Por lo expuesto, si bien los signos en conflicto resultan semejantes, dado que distinguen servicios distintos y no vinculados, el otorgamiento del registro solicitado no será susceptible de producir riesgo de confusión en el público usuario; por lo que corresponde declarar infundada la oposición formulada.

Consideración final

- Se tuvo a la vista las siguientes marcas registradas en la clase 41, con las cuales el signo solicitado no resulta confundible, toda vez que dichos signos presentan diferencias gráficas, denominativas y cromáticas que permiten distinguirlos entre sí

Marca	Certificado
	93160
	138730
INSTABET	121924
	143533

Con fecha 25 de julio de 2023, la opositora, Scotiabank Perú S.A.A. interpuso recurso de **apelación** manifestando lo siguiente:



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPÍ

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

- (i) Los signos en conflicto presentan semejanzas que impiden su coexistencia pacífica en el mercado.
- (ii) Los signos son fonética y conceptualmente idénticos.
- (iii) Tanto el signo solicitado como las marcas registradas son gráficamente semejantes.
- (iv) Los servicios que el signo solicitado pretende distinguir se encuentran vinculados con los servicios que distinguen sus marcas registradas.
- (v) Los servicios de publicidad, gestión de negocios y administración comercial que distinguen las marcas registradas, incluyen estrategias dirigidas a lograr objetivos comerciales y tener un alcance al público consumidor. Estos guardan relación con los servicios de entretenimiento que el signo solicitado pretende distinguir, ya que también constituyen un medio para llegar a los consumidores y usuarios.
- (vi) Es importante considerar que las empresas dedicadas a los servicios de entretenimiento suelen ofrecer publicidad para promocionar productos o servicios de una marca a través de la transmisión de programas o juegos en línea. En este sentido, ambos servicios pueden ser prestados por un mismo proveedor, compartir los mismos canales de comercialización, complementarse entre sí y dirigirse a un mismo público objetivo.
- (vii) Asimismo, los servicios que el signo solicitado pretende distinguir están vinculados con las operaciones financieras y monetarias que distingue las marcas registradas. Esto se debe a que el signo solicitado evoca la idea de "dinero de forma instantánea", promoviendo que los usuarios realicen acciones que generen transacciones financieras y/o monetarias, al igual que las marcas registradas.

No obstante haber sido debidamente notificada, la solicitante, Cbn Perú S.A. no absolvió el traslado de la apelación interpuesta.

II. CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

La Sala Especializada en Propiedad Intelectual deberá determinar si existe riesgo de confusión entre el signo INSTACASH y logotipo solicitado en la clase 41 y las marcas base de oposición registradas en las clases 35 y 36.

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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOP

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

III. ANÁLISIS DE LA CUESTIÓN EN DISCUSIÓN

1. Informe de antecedentes

Se ha verificado que:

a) La opositora, Scotiabank Perú S.A.A. (Perú), es titular de las siguientes marcas de servicios:

- La denominación INSTACASH y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo, que distingue publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina de la clase 35 de la Nomenclatura Oficial, inscrita el 10 de agosto de 2018, con Certificado N° 109521, vigente hasta el 10 de agosto de 2028.



InstaCash

- La denominación INSTACASH y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo, que distingue servicios de seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios de la clase 36 de la Nomenclatura Oficial, inscrita el 10 de agosto de 2018, con Certificado N° 109525, vigente hasta el 10 de agosto de 2028.



InstaCash

- b) En la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial, existen las siguientes marcas registradas a favor de terceros, conformadas por la partícula inicial INSTA, tales como: **INSTA** y logotipo (Certificado N° 93160), **INSTABET** (Certificado N° 121924), **INSTAMEET** (Certificado N° 9448), entre otras.
- c) En la **clase 41** de la Nomenclatura Oficial, existen las siguientes marcas registradas a favor de terceros, conformadas por la partícula CASH, tales



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

como: **LOVECASH** (Certificado N° 92675), **CASA CASH** y logotipo (Certificado N° 48396), **AIR CASH** y logotipo (Certificado N° 87473), **MR. CASH** y logotipo (Certificado N° 84076).

- d) En las clases 35, 36 y 41 de la Nomenclatura Oficial no se encuentran registradas a favor de terceros, marcas que presenten, de forma aislada, en su conformación el término **"INSTACASH"**.

2. Principio de Especialidad

Para que la marca pueda desempeñar sus funciones básicas en una economía competitiva, el ordenamiento jurídico otorga al titular el derecho exclusivo a utilizar la marca en el mercado.

Este derecho exclusivo tiene dos dimensiones: una positiva y otra negativa. La dimensión positiva implica que el titular de la marca está facultado para usarla, cederla o conceder una licencia sobre ella. La dimensión negativa implica que el titular de la marca está facultado para prohibir que terceros la registren o usen. La dimensión positiva se ciñe estrictamente al signo en la forma exacta en que fue registrado y para los productos o servicios que figuran en el registro. La dimensión negativa, en cambio, tiene un ámbito más amplio que tradicionalmente se vincula con el riesgo de confusión.

Para determinar si existe riesgo de confusión debe tenerse en cuenta el principio de la especialidad, derivación de la finalidad esencial de la marca: la distinción en el mercado de los productos o servicios de un agente económico de los productos o servicios idénticos o similares de otro. Por ello, este principio limita la posibilidad de oponer una marca (registrada o solicitada) frente al registro de otra que tiene por objeto un signo idéntico o similar sólo para productos o servicios idénticos o similares.

Cabe precisar que la regla de la especialidad no está necesariamente vinculada a las clases de la Nomenclatura Oficial, por lo que no debe confundirse su verdadero alcance. A este respecto, el segundo párrafo del artículo 151 de la Decisión 486 otorga a la Clasificación Internacional un carácter meramente referencial.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

Así, puede ser que productos o servicios comprendidos en una misma clase de la Nomenclatura Oficial no sean similares y, a su vez, que productos o servicios de clases diferentes sean similares. En tal sentido, para determinar si existe riesgo de confusión, lo relevante es determinar si los productos o servicios son similares según su naturaleza, finalidad, canales de comercialización o público consumidor al que están dirigidos.

3. Determinación del riesgo de confusión

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

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

“Según la Normativa Comunitaria Andina, no es registrable un signo confundible, ya que no posee fuerza distintiva; de permitirse su registro se estaría atentando contra el interés del titular de la marca anteriormente registrada, así como el de los consumidores. Dicha prohibición, contribuye a que el mercado de productos y servicios se desarrolle con transparencia y, como efecto, que el consumidor no incurra en error al realizar la elección de los productos o servicios que desea adquirir”.

De otro lado, en el Proceso N° 423-IP-2015⁴, el Tribunal Andino estableció que: *“Para determinar la existencia del riesgo de confusión será necesario verificar si existe identidad o semejanza entre los signos en disputa, tanto entre sí como en relación con los productos o servicios distinguidos por ellos, y considerar la situación de los consumidores o usuarios, la cual variará en función de los*

³ Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2585 del 2 de octubre de 2015.

⁴ Gaceta Oficial del Acuerdo de Cartagena N° 2728 del 22 de abril del 2016.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

productos o servicios de que se trate, independientemente de la clase a la que pertenezcan dichos productos o servicios.”

En esa línea, el riesgo de confusión debe analizarse teniendo en cuenta la interrelación de los siguientes elementos: a) la similitud o conexión competitiva entre los productos y/o servicios; y, b) la similitud entre los signos, para lo que se deberá tener en cuenta la fuerza distintiva de los signos. En la interrelación de estos elementos se determina el riesgo de confusión.

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

3.1 Respecto de los servicios

En el presente caso, el signo solicitado y las marcas registradas están referidos a los siguientes servicios:

a. Con relación a la marca base de oposición registrada en la clase 35:

Signo solicitado	Marca registrada Certificado N° 109521
Clase 41: Servicios de entretenimiento destinados únicamente a juegos de azar; servicios de apuestas; servicios de casino; servicios de juegos para propósitos de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionados con el uso y desarrollo de sistemas software para juegos de azar y juegos informáticos en línea; suministro de equipamiento de juegos para salas de juego; suministro de equipamiento de casino [juegos de azar]; servicios de entretenimiento con maquinaria de juegos; suministro de instalaciones de casino [juegos de azar]; suministro de máquinas de juego a salas de juego; servicios de suministro de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionado con alquiler de máquinas de juego con imágenes, edición o grabación de sonidos; servicios de entretenimiento de grabación de sonido y vídeo; alquiler de aparatos de reproducción de sonidos; suministro de equipamiento de juegos para casinos; suministro de instalaciones de casino; servicios de juegos de azar en línea	Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

(online); Servicios de salas de juego (casinos), explotación de salas de juego, casinos en línea (online) y sitios web de apuestas en línea (online); servicios de lotería; suministro de juegos por medio un sistema informático; entretenimiento en línea (online) interactivo; servicios de casino en línea (online); Servicios de juego en línea (online) a través de dispositivos móviles; Suministro de entretenimiento en línea (online) en la forma de torneos de juegos; Suministro de información en línea (online) en el área del entretenimiento de juegos informáticos; servicios de apuesta deportiva; servicios de apuestas deportivas en línea (online)

Al respecto, se advierte que los referidos servicios tienen diferente naturaleza y finalidad; los primeros son servicios que están destinados a brindar o proporcionar diversión y entretenimiento al público consumidor, mientras que los segundos son servicios referidos a la elaboración para terceros de campañas publicitarias a fin de promocionar determinados productos o servicios y de esta forma elevar su nivel de ventas, y por otro, a la asesoría de empresas para ayudarlas a mejorar y optimizar su organización, así como para obtener un mejor rendimiento y productividad de sus recursos. Estos últimos por lo general se ofrecen en agencias de publicidad o empresas especializadas en la asesoría empresarial, son servicios que están dirigidos a diferente sector del público usuario; en ese sentido, se determina que los referidos servicios no se encuentran vinculados.

b. Con relación a la marca base de oposición registrada en la clase 36:

Signo solicitado	Marca registrada Certificado N° 109525
Clase 41: Servicios de entretenimiento destinados únicamente a juegos de azar; servicios de apuestas; servicios de casino; servicios de juegos para propósitos de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionados con el uso y desarrollo de sistemas software para juegos de azar y juegos informáticos en línea; suministro de equipamiento de juegos para salas de juego; suministro de equipamiento de casino [juegos de azar]; servicios de entretenimiento con maquinaria de juegos; suministro de instalaciones de casino [juegos de azar]; suministro de máquinas de juego a salas de juego; servicios de suministro de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionado con alquiler de máquinas de juego con imágenes, edición o grabación de sonidos; servicios de entretenimiento de grabación de sonido y vídeo; alquiler de aparatos de reproducción de sonidos; suministro de equipamiento de juegos para casinos; suministro de instalaciones de casino; servicios de juegos de azar en línea (online); Servicios de salas de juego (casinos), explotación de salas de juego, casinos en línea (online) y sitios web de apuestas en línea (online); servicios de lotería; suministro de juegos por medio un sistema informático; entretenimiento en línea (online) interactivo; servicios de casino en línea (online); Servicios de juego en línea (online) a través de dispositivos móviles; Suministro de entretenimiento en línea (online) en la forma de torneos de juegos; Suministro de	Clase 36: Servicios de seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

información en línea (online) en el área del entretenimiento de juegos informáticos; servicios de apuesta deportiva; servicios de apuestas deportivas en línea (online)	
---	--

Al respecto, se advierte que los referidos servicios tienen diferente naturaleza y finalidad; los primeros son servicios que están destinados a brindar o proporcionar diversión y entretenimiento al público consumidor, mientras que los segundos son servicios relacionados con transacciones financieras, servicios de valoración financiera, así como seguros y actividades inmobiliarias), son servicios que están dirigidos a diferente sector del público usuario; en ese sentido, se determina que los referidos servicios no se encuentran vinculados.

Por las razones expuestas, la Sala concluye que los mencionados **servicios no se encuentran vinculados**.

Teniendo en consideración que la determinación del riesgo de confusión exige tanto el análisis de similitud o vinculación de los servicios, como el examen comparativo de los signos, de acuerdo con lo dispuesto en los artículos 45⁵ y 48⁶ del Decreto Legislativo 1075, corresponde a continuación realizar este examen.

⁵ Artículo 45.- Determinación de semejanza

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:

- la apreciación sucesiva de los signos considerando su aspecto de conjunto, y con mayor énfasis en las semejanzas que en las diferencias;
- el grado de percepción del consumidor medio;
- la naturaleza de los productos o servicios y su forma de comercialización o prestación, respectivamente;
- el carácter arbitrario o de fantasía del signo, su uso, publicidad y reputación en el mercado; y,
- si el signo es parte de una familia de marcas.

⁶ Artículo 48.- Signos mixtos

Tratándose de signos mixtos, formados por una denominación y un elemento figurativo, en adición a los criterios señalados en los artículos 45, 46 y 47 del presente Decreto Legislativo se tendrá en cuenta lo siguiente:

- la denominación que acompaña al elemento figurativo;
- la semejanza conceptual; y,
- la mayor o menor relevancia del aspecto denominativo frente al elemento gráfico, con el objeto de identificar la dimensión característica del signo.

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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPÍ

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

3.2. Examen comparativo

En el caso concreto, atendiendo a que tanto el signo solicitado INSTACASH y logotipo y las marcas registradas INSTACASH y logotipo (Certificados N° 109521 y N° 109525), son de naturaleza mixta, deberá establecerse previamente si presentan algún elemento relevante que determine su impresión en conjunto.

En los referidos signos será relevante tanto el aspecto denominativo por ser la forma cómo se solicitarán los servicios en el mercado, como el gráfico, debido a las características y combinación de los elementos que los conforman, tal como se aprecia a continuación:

Signo solicitado	Marcas registradas
	 Certificado N° 109521
	 Certificado N° 109525

Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado INSTACASH y logotipo y las marcas registradas, se advierte lo siguiente:

- a. Con relación a la marca INSTACASH y logotipo (Certificado N° 109521) registrada en la clase 35:**

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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

- Fonéticamente, el elemento denominativo del signo solicitado INSTACASH y logotipo (**INSTACASH**) y el elemento denominativo de la marca registrada (**INSTACASH**) resultan idénticos.
- Conceptualmente, los signos hacen referencia a “dinero en efectivo de forma instantánea”.
- Gráficamente, tanto el signo solicitado como la marca registrada contienen elementos gráficos y cromáticos propios.

Signo solicitado	Marca registrada

b. Con relación a la marca INSTACASH y logotipo (Certificado N° 109525) registrada en la clase 36:

- Fonética, gráfica y conceptualmente, se advierten las mismas precisiones efectuadas en el literal a).

3.3 Riesgo de confusión

De acuerdo con lo señalado, si bien los signos bajo análisis presentan identidad fonética y conceptual, teniendo en cuenta que se encuentran referidos a **servicios no vinculados** y el grado de atención que se presta para esta clase de servicios, se determina que sea posible su coexistencia pacífica en el mercado, sin riesgo de inducir a confusión al público consumidor.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPI

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

En consecuencia, el signo solicitado no se encuentra incurso en la causal de prohibición de registro establecida en el artículo 136 inciso a) de la Decisión 486, razón por la cual corresponde acceder a su registro.

IV. RESOLUCIÓN DE LA SALA

Primero. - Declarar INFUNDADO el recurso de apelación formulado por la opositora Scotiabank Perú S.A.A.

Segundo. - CONFIRMAR la Resolución N° 1295-2023/CSD-INDECOPI de fecha 12 de junio de 2023, que dispuso INSCRIBIR, (entiéndase OTORGAR) el registro de la marca de servicio constituida por la denominación **INSTACASH y logotipo** (se reivindica colores⁷), conforme al modelo, solicitado por Cbn Perú S.A., para distinguir servicios de entretenimiento destinados únicamente a juegos de azar; servicios de apuestas; servicios de casino; servicios de juegos para propósitos de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionados con el uso y desarrollo de sistemas software para juegos de azar y juegos informáticos en línea; suministro de equipamiento de juegos para salas de juego; suministro de equipamiento de casino [juegos de azar]; servicios de entretenimiento con maquinaria de juegos; suministro de instalaciones de casino [juegos de azar]; suministro de máquinas de juego a salas de juego; servicios de suministro de entretenimiento; servicios de entretenimiento relacionado con alquiler de máquinas de juego con imágenes, edición o grabación de sonidos; servicios de entretenimiento de grabación de sonido y vídeo; alquiler de aparatos de reproducción de sonidos; suministro de equipamiento de juegos para casinos; suministro de instalaciones de casino; servicios de juegos de azar en línea (online); servicios de salas de juego (casinos), explotación de salas de juego, casinos en línea (online) y sitios web de apuestas en línea (online); servicios de lotería; suministro de juegos por medio un sistema informático; entretenimiento en línea (online) interactivo; servicios de casino en línea (online); servicios de juego en línea (online) a través de dispositivos móviles; suministro de entretenimiento en línea (online) en la forma de torneos de juegos; suministro de información en línea (online) en el área del entretenimiento de juegos

⁷ Se aprecian los colores: azul en distintas tonalidad, verde y blanco.



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPÍ



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

RESOLUCIÓN N° 0466-2025/TPI-INDECOPÍ

EXPEDIENTE N° 962273-2022/DSD

informáticos; servicios de apuesta deportiva; servicios de apuestas deportivas en línea (online) de la clase 41 de la Nomenclatura Oficial.

Con la intervención de los Vocales: María Ángela Sasaki Otani, José Carlos Bellota Zapata, Ana Rosa Cristina Martinelli Montoya y César Augusto Llona Silva

MARÍA ÁNGELA SASAKI OTANI
Presidenta de la Sala Especializada en Propiedad Intelectual

/jpf.