

DIRECCIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

COMISIÓN DE SIGNOS DISTINTIVOS

RESOLUCIÓN N° 1697-2025/CSD-INDECOPI

EXPEDIENTE : 12883-2024
SOLICITANTE : LUNA CHAVEZ, JORGE EDMUNDO
OPOSITORA : LA TINKA S.A.
MATERIA : SOLICITUD DE REGISTRO MULTICLASE DE MARCA DE
PRODUCTO Y/O SERVICIO – OPOSICIÓN

Lima, 28 de marzo de 2025

1. ANTECEDENTES

Con fecha 20 de marzo de 2024, LUNA CHAVEZ, JORGE EDMUNDO, de Perú, solicitó el registro multiclase de marca de producto y/o servicio constituido por la denominación LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo, conforme al modelo adjunto:



Para distinguir:

Clase 35: Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales.

Clase 41: Servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Al respecto, se ha verificado que, contra dicha solicitud de registro, LA TINKA S.A., de Perú, mediante escrito de fecha 06 de mayo de 2024, formuló oposición en la clase 35 05-de la Clasificación Internacional, señalando lo siguiente:

- Es titular de las marcas YAPITA (certificado N° 139169), YAPA (certificado N° 59664) y BOLIYAPA LA TINKA (certificado N° 140619) que distinguen servicios de la clase 41 de la Clasificación Internacional.
- Los signos en conflicto presentan semejanzas gráficas y fonéticas.

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

Calle De la Prosa 104, San Borja, Lima 41 - Perú Telf: 224 7800 / Fax: 224 0348

E-mail: postmaster@indecopi.gob.pe / Web: www.indecopi.gob.pe

- Los signos refieren a algunos de los mismos servicios y otros vinculados.
- El público consumidor asumirá que el signo solicitado es una variación de las marcas registradas.

Amparó sus argumentos en lo establecido en el artículo 136 inciso a) y 146 de la Decisión 486.

Citó jurisprudencia de la Comisión de Signos Distintivos que consideró aplicable al presente caso.

Mediante providencia de fecha 15 de mayo de 2024, se corrió traslado de la oposición formulada y además se dejó constancia que la oposición es contra de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

Pese a haber sido válidamente notificado, el solicitante no absolvió el traslado de la oposición, razón por la que, mediante providencia de fecha 02 de agosto de 2024 se señaló que el expediente se encontraba para resolver, de conformidad con lo dispuesto por el artículo 150 de la Decisión 486.

2. CUESTIONES EN DISCUSIÓN

La Comisión, teniendo en cuenta los antecedentes descritos, deberá determinar lo siguiente:

- Respecto de la solicitud de registro de la marca LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 41 de la Clasificación Internacional.
 - Si existe riesgo de confusión entre el signo solicitado y las marcas registradas a favor de la opositora.
- Respecto de la solicitud de registro de la marca LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional.
 - Si el signo solicitado cumple con los requisitos de registrabilidad exigidos por ley.

3. ANÁLISIS DE LAS CUESTIONES EN DISCUSIÓN

3.1. Informe de Antecedentes

De la búsqueda de antecedentes correspondiente se ha verificado lo siguiente:

Clase 35:

- LUNA CHAVEZ, JORGE EDMUNDO, de Perú, mediante expediente N° 12882-2024 de fecha 20 de marzo de 2024, solicitó el registro multiclase de la marca de constituida por la denominación YAPIJORGE y logotipo, conforme al modelo adjunto:



para distinguir:

Clase 35: publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales.

Clase 41: Servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Al respecto, mediante Resolución N° 13532-2024/DSD-INDECOPI de fecha 16 de mayo de 2024, la Dirección de Signos Distintivos dispuso:

PRIMERO: INSCRIBIR en el Registro Multiclase de Marca de Producto y/o Servicio de la Propiedad Industrial, a favor de LUNA CHAVEZ JORGE EDMUNDO, de Perú, la marca constituida por la denominación YAPIJORGE y logotipo, conforme al modelo que se consignará en el certificado correspondiente, para distinguir servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

SEGUNDO: DENEGAR¹ el Registro Multiclase de marca de producto y/o servicio solicitado por LUNA CHAVEZ JORGE EDMUNDO, de Perú, en la clase 35 de la Clasificación Internacional.

Cabe indicar el signo otorgado en la clase 41 fue inscrito con certificado N° 40127.

- b) FERNANDEZ MAZAIIRA JORGE, de Perú, es titular de la marca constituida por la denominación JORGE FERNANDEZ JF SHOW ESPECTACULOS y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo adjunto,



para distinguir asesoría comercial de organización de conciertos y eventos musicales; representación comercial de artistas nacionales e internacionales; publicidad, de la clase 35 de la Clasificación Internacional, inscrita con certificado N° 71230, vigente hasta el 04 de abril de 2032.

¹ Por la marca JORGE FERNANDEZ JF SHOW ESPECTACULOS y logotipo (certificado N° 71230) que distingue servicio de la clase 35 registrada a favor de FERNANDEZ MAZAIIRA JORGE, de Perú.

c) PANADERIA SAN JORGE S.A., de Perú, es titular de:

- La marca constituida por la denominación SAN JORGE, para distinguir Servicios de reagrupamiento por cuenta de terceros de productos diversos (con excepción de su transporte), permitiendo a los consumidores examinar y comprar estos productos con comodidad de la clase 35 de la Clasificación Internacional, inscrita con certificado N° 46626, vigente hasta el 26 de junio de 2027.
- La marca constituida por la denominación SAN JORGE y grafía, conforme al modelo adjunto,

SAN JORGE

para distinguir Servicios de reagrupamiento por cuenta de terceros de productos diversos (con excepción de su transporte), permitiendo a los consumidores examinar y comprar estos productos con comodidad, de la clase 35 de la Clasificación Internacional, inscrita con certificado N° 63265, vigente hasta el 26 de agosto de 2030.

- La marca constituida por la denominación SAN JORGE y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo adjunto,

SAN JORGE

para distinguir Servicios de reagrupamiento por cuenta de terceros de productos diversos (con excepción de su transporte), permitiendo a los consumidores examinar y comprar estos productos con comodidad de la clase 35 de la Clasificación Internacional, inscrita con certificado N° 79847, vigente hasta el 24 de diciembre de 2033.

- La marca constituida por la denominación SAN JORGE y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo adjunto,

SAN JORGE

para distinguir Servicios de reagrupamiento por cuenta de terceros de productos diversos (con excepción de su transporte), permitiendo a los consumidores examinar y comprar estos productos con comodidad de la clase 35 de la Clasificación Internacional, inscrita con certificado N° 98225, vigente hasta el 08 de febrero de 2027.

- La marca constituida por la denominación SAN JORGE, para distinguir importación y exportación de mercancías, negocios comerciales, publicidad, búsqueda de mercados, asesoramiento para la organización y dirección de negocios de la clase 35 de la Clasificación Internacional, inscrita con certificado N° 07532, vigente hasta el 11 de mayo de 2035.
- d) RAMIREZ CAMPOS, JORGE ALBERTO, de Perú, es titular de la marca de servicio constituida por la denominación JORGEEEK y logotipo (se reivindica colores), conforme al modelo adjunto,

JorGeek

para distinguir Gestión de negocios comerciales; administración comercial; marketing y publicidad, de la clase 35 de la Clasificación Internacional, inscrita con certificado N° 142041, vigente hasta el 23 de setiembre de 2032.

Clase 41:

- a) LA TINKA S.A., de Perú, es titular de:
 - La marca de servicio constituida por la denominación YAPITA, para distinguir Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; servicios de entrenamiento deportivo y físico; servicios de juegos en línea; servicios de juegos de azar; organización de loterías, lotería electrónica, loterías instantáneas; explotación de salas de juegos y de casinos de la clase 41 de la Clasificación Internacional, inscrita el 27 de mayo de 2022, con certificado N° 139169, vigente hasta el 27 de mayo de 2032.
 - La marca de servicio constituida por la denominación YAPA, para distinguir loterías instantáneas, esparcimiento, entretenimiento, organización de loterías y juegos de azar de la clase 41 de la Clasificación Internacional, inscrita el 04 de diciembre de 2009, con certificado N° 59664, vigente hasta el 04 de diciembre de 2029.
 - La marca de servicio constituida por la denominación BOLYAPA DE LA TINKA, para distinguir Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; servicios de entrenamiento deportivo y físico; servicios de juegos en línea; servicios de juegos de azar; organización de loterías, lotería electrónica, loterías instantáneas; explotación de salas de juegos y de casinos de la clase 41 de la Clasificación Internacional, inscrita el 27 de julio de 2022, con certificado N° 140619, vigente hasta el 27 de julio de 2032.
- **Respecto de la solicitud de registro de la marca LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 41 de la Clasificación Internacional.**

3.2. Evaluación del riesgo de confusión

LA TINKA S.A., de Perú, sustentó su oposición en base a las marcas YAPITA (certificado N° 139169), YAPA (certificado N° 59664) y BOLIYAPA LA TINKA (certificado N° 140619) que distinguen servicios de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

El artículo 136 inciso a) de la Decisión 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”*.

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 aún 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.

3.2.1. Productos 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, con independencia de si éstos se encuentran comprendidos o no en una misma clase de la Clasificación Internacional.

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.

Respecto de las marcas Nos 139169 y 140619

En el presente caso, el signo solicitado pretende distinguir servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

Por su parte, las marcas registradas con certificados Nos:

- Certificado N° 139169: servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; servicios de entrenamiento deportivo y físico; servicios de juegos en línea; servicios de juegos de azar; organización de loterías, lotería electrónica, loterías instantáneas; explotación de salas de juegos y de casinos de la clase 41 de la Clasificación Internacional.
- Certificado N° 140619: servicios de educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; servicios de entrenamiento deportivo y físico; servicios de juegos en línea; servicios de juegos de azar; organización de loterías, lotería electrónica, loterías instantáneas; explotación de salas de juegos y de casinos de la clase 41 de la Clasificación Internacional, inscrita el 27 de julio de 2022, con certificado N° 140619, vigente hasta el 27 de julio de 2032.

Al respecto, se advierte que los signos en conflicto distinguen algunos de los mismos servicios, a saber: servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Asimismo, las actividades deportivas y culturales que pretende distinguir el signo solicitado se encuentran vinculadas con los servicios de educación; formación que distinguen las marcas registradas, dado que normalmente los centros educativos suelen organizar actividades deportivas y culturales, resultando ser servicios que pueden ser ofrecidos por las mismas personas, a través de los mismos canales de prestación y estar dirigidos a un mismo público usuario.

En ese sentido, se ha verificado que se cumple uno de los requisitos para que se genere riesgo de confusión en el mercado, quedando por determinar si los signos son, o no, semejantes al grado de inducir a confusión al público usuario. 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.

Respecto de la marca N° 59664

En el presente caso, el signo solicitado pretende distinguir servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

Por su parte, la marca registrada distingue loterías instantáneas, esparcimiento, entretenimiento, organización de loterías y juegos de azar de la clase 41 de la Clasificación Internacional, inscrita el 04 de diciembre de 2009, con certificado N° 59664, vigente hasta el 04 de diciembre de 2029.

Al respecto, se advierte que los signos en conflicto distinguen algunos de los mismos servicios, a saber: servicios de entretenimiento.

Asimismo, las actividades deportivas que pretende distinguir el signo solicitado se encuentran vinculadas con las loterías instantáneas, organización de loterías y juegos de azar, que distingue la marca registrada, en la medida que dichos servicios pueden presentar la misma finalidad, la cual es entretener al público. Asimismo, dichos servicios son susceptibles de ser prestados por las mismas empresas, y estar dirigidos al mismo público.

En ese sentido, se ha verificado que se cumple uno de los requisitos para que se genere riesgo de confusión en el mercado, quedando por determinar si los signos son, o no, semejantes al grado de inducir a confusión al público usuario. 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.

3.2.2. 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.”*

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

El Artículo 47 del Decreto Legislativo N° 1075 dispone que *“tratándose de signos figurativos, en adición a los criterios señalados en el Artículo 45 de este Decreto Legislativo, se tendrá en cuenta lo siguiente:*

- a) Si las figuras son semejantes, si suscitan una impresión visual idéntica o parecida.*

b) Si las figuras son distintas, si evocan un mismo concepto”.

El Artículo 48 del Decreto Legislativo N° 1075, señala que “*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:*

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

Por su parte, el artículo 49 del Decreto Legislativo N° 1075 señala que “*tratándose de un signo denominativo y uno figurativo se tendrá en consideración la semejanza conceptual. Tratándose de un signo denominativo y uno mixto, se tendrán en cuenta los criterios señalados en los artículos 45 y 47 de este Decreto Legislativo. Tratándose de un signo figurativo y uno mixto, se tendrán en cuenta los criterios señalados en los artículos 47 y 48 del presente Decreto Legislativo.*

En los tres supuestos serán igualmente de aplicación los criterios señalados en el artículo 45 del presente Decreto Legislativo.”

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.

Es por ello, que al comparar dos signos deben considerarse principalmente aquellas características que puedan ser recordadas por el público consumidor, debiendo tener presente además, que por lo general el recuerdo y capacidad de diferenciación de los consumidores dependerán de los productos o servicios a distinguir y de la atención que usualmente presten para su adquisición o contratación.

Respecto de la marca YAPITA (certificado N° 139169)

Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo y la marca registrada YAPITA (certificado N° 139169) se advierte que los signos resultan semejantes.

Signo solicitado	Marca registrada
	YAPITA

En efecto, la semejanza entre los signos radica en que ambos se encuentran conformados por la denominación YAPITA (la cual no forma parte de otras marcas registradas), siendo que la presencia de elementos denominativos adicionales en el signo solicitado no impedirá que ambos signos generen un impacto fonético de conjunto semejante.

Cabe precisar que, si bien el signo solicitado se encuentra conformado por una grafía particular, así como por elementos gráficos, ello no desvirtúa la semejanza antes señalada, dado que los usuarios a los que se encuentran destinados, les puedan atribuir un mismo origen empresarial o que uno constituye un signo derivado del otro.

Respecto de las marcas YAPA (certificado N° 59664) y BOLIYAPA DE LA TINKA (certificado N° 140619)

Realizado el examen comparativo entre el signo solicitado LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo y la marca registrada YAPITA (certificado N° 139169) se advierte que los signos no resultan semejantes.

Signo solicitado	Marcas registradas
	YAPA BOLIYAPA DE LA TINKA

En efecto, se advierte que las denominaciones LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo (en el signo solicitado) y YAPA y BOLIYAPA DE LA TINKA (en las marcas registradas) presentan una distinta secuencia de consonantes y vocales que generan una distinta secuencia de sílabas lo que genera un impacto fonético diferente.

Asimismo, se aprecia que el signo solicitado se encuentra conformado por una grafía particular, así como por elementos gráficos, lo cual contribuye a diferenciar los signos en conflicto, generando una impresión visual de conjunto distinta.

3.2.3. Conclusión

Respecto de la marca YAPITA (certificado N° 139169)

Por lo anterior, dado que los signos en conflicto son semejantes y distinguen algunos de los mismos servicios y otros vinculados, según corresponda, esta Comisión determina que el otorgamiento del registro solicitado será susceptible de producir riesgo de confusión en el público consumidor; por lo que corresponde declarar fundada la oposición formulada en este extremo.

Respecto de las marcas YAPA (certificado N° 59664) y BOLIYAPA DE LA TINKA (certificado N° 140619)

Por lo expuesto, si bien los signos en conflicto distinguen algunos de los mismos servicios y otros vinculados y servicios vinculados, dado que no son semejantes, esta Comisión determina que el otorgamiento del registro solicitado no será susceptible de producir riesgo de confusión en el público consumidor; por lo que corresponde declarar infundada la oposición formulada.

3.3. Examen de registrabilidad

Realizado el examen de registrabilidad del signo solicitado se ha determinado que si bien es distintivo y susceptible de representación gráfica, conforme a lo señalado en el artículo 134 de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, encontrándose fuera de las prohibiciones de registro establecidas en el artículo 135 de dicha Decisión; sin embargo, incurre en la prohibición de registro contemplada en el artículo 136 inciso a) de la referida normativa, por lo que no corresponde acceder a su registro respecto de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

- **Respecto de la solicitud de registro de la marca LA YAPITA DE NO HAY SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo, en el extremo que pretende distinguir servicios de la clase 35 de la Clasificación Internacional.**

3.4. Examen de registrabilidad

Realizado el examen de registrabilidad del signo solicitado se ha determinado que es distintivo y susceptible de representación gráfica, conforme a lo señalado en el artículo 134 de la Decisión 486, Régimen Común sobre Propiedad Industrial, encontrándose fuera de las prohibiciones de registro establecidas en los artículos 135 y 136 de la referida normativa; por lo que corresponde acceder a su registro respecto de la clase 35 de la Clasificación Internacional.

La presente Resolución se emite en aplicación de las normas legales antes 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; así como por los artículos 37, 38, 39, 40 y 41 del Texto Integrado 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 FUNDADA la oposición formulada por LA TINKA S.A., de Perú; y, en consecuencia, DENEGAR el registro multiclase de marca de producto y/o servicio solicitado por LUNA CHAVEZ, JORGE EDMUNDO, de Perú, respecto de la clase 41 de la Clasificación Internacional.

Segundo.- INSCRIBIR en el Registro Multiclase de Marca de Producto y/o Servicio de la Propiedad Industrial, a favor de LUNA CHAVEZ, JORGE EDMUNDO, de Perú, la marca de producto y/o servicio constituido por la denominación LA YAPITA DE NO HAY



PERÚ

Presidencia
del Consejo de Ministros

INDECOPI



SIN SUERTE DE JORGITOLUNA.COM y logotipo, conforme al modelo adjunto, para distinguir publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales de la clase 35 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 la Comisión de Signos Distintivos: Gisella Carla Ojeda Brignole, Efraín Samuel Pacheco Guillén y Paulo César López Ayala.

Regístrese y comuníquese



Firmado digitalmente

**Gisella Carla Ojeda Brignole
Vicepresidente de la Comisión de Signos Distintivos**

LPDERECHO.PE