

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 77108

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

Por la cual se decide una solicitud de registro

**EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**  
en ejercicio de sus facultades legales y,

**CONSIDERANDO**

Que por escrito presentado el día 8 de febrero de 2025, la sociedad **STIVELO COLOMBIA SAS**, solicitó el registro de la Marca **Stivelö** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 del 06 de mayo de 2025, la sociedad **INVERSIONES STIVALI S.A.S** presentó oposición con fundamento en el Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“(…) 1. **SEMEJANZA VISUAL:**

*El signo solicitado, contiene íntegramente los elementos principales que forman parte del previamente registrado, así:*

**STIVELO STIVALI**

2. **SEMEJANZA FONÉTICA:**

*El signo solicitado contiene íntegramente los elementos silábicos principales que forman parte del signo previamente registrado por mi representada, así:*

**S-TI-VE-LO S-TI-VA-LI (…)**

4. **SEMEJANZA CONCEPTUAL**

*La marca solicitada reproduce idénticamente la idea o concepto del signo previamente registrado, por cuanto la terminación posee la misma identidad sonora y el hecho de que se cambien dos vocales no le otorga ninguna distintividad, pues reproduce idénticamente el signo registrado STIVALI, por lo que, con el registro de la misma, no se logra identificar un origen empresarial determinado y por el contrario el consumidor puede pensar que se trata de un nuevo signo de propiedad de mi poderdante.*

*QUINTO: El signo pretendido no cumple con las condiciones establecidas por la ley para que pueda ser considerado y registrado como una marca comercial, ya que dicho signo incorpora en forma similar la marca previamente registrada por mi poderdante para distinguir productos que se encuentran en la misma clase del nomenclador oficial y por tanto, relacionados competitivamente y al asemejarse éste a la marca previamente registrada por mi representada, se estaría produciendo confusión en el mercado.*

*En consecuencia y partiendo de lo estipulado por la Decisión 486 en su Artículo 136 Literal a), se presentan dos condiciones bases para deducir la irregistrabilidad de una marca; de una parte, la similitud o semejanza entre los signos a comparar y de otra*

<sup>1</sup> 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

*los productos o servicios amparados, de tal forma que los mismos se puedan confundir en el mercado con otros signos previamente registrados.*

*SEXTO: Además de las confundibilidades directas ya planteadas, nace también confusión indirecta entre los signos en conflicto, surgida de que el efecto que se produce en el consumidor medio, quien percibe los signos de una manera similar, más aún cuando los productos que se pretenden distinguir se encuentran en la misma clase, relacionados competitivamente y para un mismo fin, lo que hace imposible su coexistencia. (...)*

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **STIVELÖ COLOMBIA SAS**, dio respuesta a la oposición argumentando:

*“(...) Aplicación: STIVELÖ es un signo mixto, con elemento figurativo predominante (cabeza de carnero y “S” con gancho alusivo a pastoreo) y diéresis en la “ö” que altera la apariencia y fonética. STIVALI es un signo puramente denominativo, sin elemento gráfico.*

**2. Diferencias ortográficas y fonéticas**

*Manual de Marcas CAN: los caracteres especiales como la “ö” modifican la apariencia y*

*la pronunciación. Fonética: STIVELÖ se pronuncia “sti-VE-luh”, mientras que STIVALI se pronuncia “sti VA-li”, con diferente acento y vocal final.*

*Ortografía: cambio de tres letras y estructura vocálica en el sufijo (“-elö” vs “-ali”).*

**3. Diferencias conceptuales**

*TJCA, Proceso 109-IP-2002: la semejanza ideológica se configura solo si los signos evocan la misma idea.*

*STIVALI: palabra italiana común que significa “botas”.*

*STIVELÖ: término inventado de raíz escandinava, inspirado en “Isla de Almidón”, sin vínculo con calzado.*

**4. Clase idéntica, pero sin conexión competitiva real**

*Art. 136 literal a) de la Decisión 486: para la irregistrabilidad se requiere similitud relevante y productos idénticos o relacionados de manera que puedan inducir a confusión.*

*TJCA, Proceso 161-IP-2013: la coincidencia de clase de Niza no implica automáticamente conexión competitiva; se debe evaluar naturaleza, finalidad, canales de comercialización y público objetivo.*

*Aplicación: Aunque ambas marcas están en clase 25, el opositor solo comercializa botas y el solicitante solo ropa distinta del calzado. No existe coincidencia en canales de venta ni en uso efectivo que pueda inducir a error.*

**5. Consideración sobre otros registros del opositor**

*El opositor mantiene otros registros, como un logo dorado con diseño propio, que no ha sido invocado en esta oposición. La coexistencia de sus propios registros con variaciones gráficas evidencia que es posible diferenciar signos incluso dentro del mismo titular, lo que refuerza que el público puede distinguir claramente STIVELÖ. (...)*

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

del examen de registrabilidad.

### Causales de irregistrabilidad en estudio

#### Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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.

#### Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero<sup>2</sup>, esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada<sup>3</sup>.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

<sup>2</sup> •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).

<sup>3</sup> A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

**a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios.** Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

**b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios.** Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

**c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad).** Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

**Estudio de registrabilidad del signo solicitado con oposición para identificar productos de la Clase 25 Internacional.**

**Análisis de la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486.**

**Confundibilidad con marcas previamente registradas**

Las marcas opositoras son las siguientes:

| Tipo  | Signo   | Titular                   | Expediente     | Niza | Clase  | Trámite | Estado     |
|-------|---------|---------------------------|----------------|------|--------|---------|------------|
| Mixta | STIVALI | INVERSIONES STIVALI S.A.S | 05020020       | 8    | 25     | Marca   | Registrada |
| Mixta | STIVALI | INVERSIONES STIVALI S.A.S | SD2019/0040113 | 11   | 25, 35 | Marca   | Registrada |

Los signos a comparar son los siguientes:



Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “**STIVELÖ**”, representada en una tipografía decorativa, que presenta la letra “**S**” bajo un pictograma, y se acompaña del dibujo de la cabeza de un carnero, representado a trazos.



Por su parte, los signos opositores son de naturaleza mixta, y se tratan de la expresión “**STIVALI**” representada en una tipografía decorativa espaciada y junto a un adorno tradicional con trazados similares a los de culturas indígenas en un caso; y en una tipografía decorativa con un fondo rectangular en el otro caso.



Ref. Expediente N° SD2025/0010447

**Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas**

**Comparación entre marcas mixtas**

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

*“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”<sup>4</sup>.*

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

*“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).*

De igual manera ha reiterado que: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

**Comparación entre marcas mixtas y nominativas:**

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.

<sup>4</sup> Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

*“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos.*

*A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realizando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.*

- I. Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo, forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

*Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.*

- II. Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).”*

## Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en las marcas previamente registradas predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

**a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética.** Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

**b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema.**

**c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar,** ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

**d) Se debe observar el orden de las vocales,** toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

*e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*

*f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”<sup>5</sup>*

#### **Análisis comparativo frente a las marcas opositoras “STIVALI” (Mixtas):**

Teniendo en cuenta la naturaleza de los signos en cotejo y dejando de presente que es el elemento denominativo el preponderante en estos, por cuanto son las palabras las que usaría el consumidor para demandar los productos y servicios identificados con los signos, en donde gracias a que su grado de recordación es más alto en la mente de consumidor y puede ser asociado a los productos y servicios que identifica, en mayor medida que el elemento gráfico. Así las cosas, corresponde realizar el estudio de conformidad con las reglas de cotejo para signos nominativos.

En concordancia con lo anterior, esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente (o visualmente) similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

En efecto, es posible ver que el signo solicitado hace parte de las marcas opositoras, configurándose así una reproducción parcial, pues, la expresión “**STIVELÖ**” del signo solicitado es similarmente confundible con la expresión “**STIVALI**”, contenida en los signos opositores, pues desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados “**S – T – V – L**” e “**I – E – Ö**”, sin que el intercambio en las vocales “**A – I**” por “**E – Ö**”, sea lo suficientemente fuerte para diluir la semejanza sonora ni es tampoco lo suficientemente fuerte para imprimirle distintividad extrínseca al signo. Por su parte, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, lo que se aprecia en la cantidad de sílabas, la extensión de los signos y la coincidencia en las raíces y terminaciones.

Así las cosas, el hecho de que los signos cotejados compartan los mismos grafemas “**S – T – V – L**” en la misma ubicación, genera que los signos sean similarmente confundibles en el aspecto ortográfico y fonético; sin que los demás elementos que acompañan al signo solicitado, como la variación de letras y el cambio en el elemento gráfico (parte gráfica que también determina la confundibilidad; y es que tanto el signo solicitado como el signo opositor “**STIVALI**” incorporan un diseño con una tipografía similar), sean suficientes para diferenciarlo de los signos opositores previamente registrados, lo que incrementa el riesgo de confusión entre los signos.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

#### **Conexión competitiva**

El signo solicitado pretende distinguir:

**(25): Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrería.**

<sup>5</sup> TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

Por su parte, los signos opositores identifican:

| Expedientes | Productos y servicios |
|-------------|-----------------------|
|-------------|-----------------------|

|          |                                          |
|----------|------------------------------------------|
| 05020020 | (25): <u>Calzado, ropa, sombrerería.</u> |
|----------|------------------------------------------|

|                |                                                 |
|----------------|-------------------------------------------------|
| SD2019/0040113 | (25): <u>Calzado</u> , botas, botines, zapatos. |
|----------------|-------------------------------------------------|

(35): Servicios de abastecimiento para terceros [compra de productos y servicios para otras empresas], actualización de documentación publicitaria, Servicio de comercialización, importación, exportación, compra y venta de toda clase de calzado, botas, botines, zapatos.

**Análisis de conexidad competitiva de clase 25° solicitada con oposición, frente a clases 25° y 35° opositoras:**

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

**Identidad:** Al verificar la cobertura de los productos que se pretenden con el signo solicitado y los identificados con el signo opositor, se evidencia que además de compartir la misma clase 25° del nomenclador internacional, identifican el mismo tipo de productos como son los relativos a “prendas de vestir (ropa), calzado y sombrerería”

De esta manera, sin efectuar mayor análisis, dada su obvia identidad, es claro que los mismos comparten la misma naturaleza y finalidad, lo cual supone que el consumidor al acceder a los mismos podrá incurrir en riesgo de confusión al pensar erradamente que tales productos provienen de un único empresario.

**Razonabilidad:** Por otro lado, y con relación a los servicios identificados por la marca opositora en clase 35° Internacional, esta Dirección encuentra que es posible que los productos y servicios en comento sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

En ese sentido y de acuerdo a los factores de conexidad competitiva, esta Dirección observa que si bien los signos confrontados identifican o pretenden identificar productos y servicios que se encuentran en diferentes clases del nomenclátor, donde el signo solicitado pretende amparar artículos de la clase 25° “prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería” y la marca fundamento de la negación dentro de su cobertura protege servicios de la clase 35° “comercialización, importación, exportación, compra y venta de toda clase de calzado, botas, botines, zapatos”, existe una estrecha conexidad bajo el principio de razonabilidad.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y

Ref. Expediente N° SD2025/0010447

consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

### Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

### RESUELVE

**ARTÍCULO 1:** Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **INVERSIONES STIVALI S.A.S.** frente a la clase 25° solicitada.

**ARTÍCULO 2:** Negar el registro de la Marca **Stivelö** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>6</sup>, solicitada por la sociedad **STIVelo COLOMBIA SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO 3:** Notificar a la sociedad solicitante del registro **STIVelo COLOMBIA SAS**, y a la sociedad opositora **INVERSIONES STIVALI S.A.S** el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

**ARTÍCULO 4:** En firme esta resolución archívese el expediente.

### Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de septiembre de 2025



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**

<sup>6</sup> 25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.