

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 92906

Ref. Expediente N° SD2025/0031630

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 8 de abril de 2025, TG PERSONALIZADOS SAS, solicitó el registro de la Marca TG Personalizados (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1065, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

¹ 42: Diseño de logos; diseño de logotipo; diseño de logotipos; diseño gráfico de logos; diseño gráfico de logos publicitarios; diseño gráfico de logotipos; diseño gráfico de logotipos publicitarios; servicios de diseño de logos; servicios de diseño de logotipo; servicios de diseño de logotipos; servicios de diseño gráfico de logos; servicios de diseño gráfico de logotipos; servicios de diseño gráfico de logotipos comerciales; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logos corporativos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logotipos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logotipos corporativos; creación, diseño y mantenimiento de páginas web; creación, diseño y mantenimiento de sitios web; creación y diseño de índices de información basados en sitios web para terceros [servicios de tecnología de la información] relativos a proveedores de servicios personales y de mensajeros; creación y diseño de índices de información basados en sitios web [servicios de tecnología de la información] relativos a proveedores de servicios personales y de mensajeros; creación y diseño de páginas web para terceros; diseño, creación y programación de páginas web; diseño de artes gráficas; diseño de artículos de papelería; diseño de ilustraciones gráficas; diseño de interiores de tiendas; diseño de marcas; diseño de material gráfico; diseño de material impreso; diseño de materiales de embalaje y envoltorio; diseño de nuevos productos; diseño de páginas de inicio; diseño de páginas de inicio y páginas de internet; diseño de páginas de inicio y páginas web; diseño de páginas de inicio y sitios web; diseño de páginas de internet; diseño de páginas de portada; diseño de páginas de portada y sitios web; diseño de páginas web con fines publicitarios; diseño de portales web; diseño de productos; diseño de productos comerciales; diseño de productos de consumo; diseño de productos de imprenta; diseño de sitios informáticos; diseño de sitios web; diseño de sitios web con fines publicitarios; diseño de sitios web informáticos; diseño de tarjetas de presentación; diseño gráfico asistido por ordenador; diseño gráfico de cubiertas de libros; diseño gráfico de marcas; diseño gráfico de material publicitario; diseño gráfico de materiales publicitarios; diseño gráfico de portadas de libros; diseño gráfico e ilustración; diseño gráfico por computador; diseño gráfico por computadora; diseño gráfico por ordenador; correcciones de imágenes digitales de fotografías; correcciones informatizadas de imágenes de fotografías; digitalización de fotografías [escaneado]; modificaciones de imágenes digitales de fotografías; modificaciones informatizadas de imágenes de fotografías; retoques de imágenes digitales de fotografías; retoques informatizados de imágenes de fotografías; servicios de retoque de fotografías digital; servicios de revalorización digital de fotografías.



Ref. Expediente N° SD2025/0031630

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 tercero², 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 registrada³.

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.

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

Confundibilidad con marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

² •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. (...)"

³ 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° SD2025/0031630

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	TG	BRIELLA S.A.S	SD2017/0096440	11	35	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el elemento nominativo de cada signo es el preponderante, por cuanto son las palabras y combinaciones de letras las que causan mayor impacto en el consumidor al ser aquellas que recordaría o utilizaría para identificar los signos en el mercado. En consecuencia, se observa que los signos analizados presentan similitudes susceptibles de inducir a error en el público consumidor.

En efecto, el signo solicitado TG PERSONALIZADOS reproduce en su integridad la denominación TG, la cual constituye el elemento principal y dominante de la marca previamente registrada TG. La adición del término PERSONALIZADOS no resulta suficiente para establecer una clara diferenciación, ya que se percibe como un complemento secundario que no altera la impresión global del signo.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión



Ref. Expediente N° SD2025/0031630

competitiva entre los productos ⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

42: Diseño de logos; diseño de logotipo; diseño de logotipos; diseño gráfico de logos; diseño gráfico de logos publicitarios; diseño gráfico de logotipos; diseño gráfico de logotipos publicitarios; servicios de diseño de logos; servicios de diseño de logotipo; servicios de diseño de logotipos; servicios de diseño gráfico de logos; servicios de diseño gráfico de logotipos; servicios de diseño gráfico de logotipos comerciales; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logos corporativos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logotipos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logotipos corporativos; creación, diseño y mantenimiento de páginas web; creación, diseño y mantenimiento de sitios web; creación y diseño de índices de información basados en sitios web para terceros [servicios de tecnología de la información] relativos a proveedores de servicios personales y de mensajeros; creación y diseño de índices de información basados en sitios web [servicios de tecnología de la información] relativos a proveedores de servicios personales y de mensajeros; creación y diseño de páginas web para terceros; diseño, creación y programación de páginas web; diseño de artes gráficas; diseño de artículos de papelería; diseño de ilustraciones gráficas; diseño de interiores de tiendas; diseño de marcas; diseño de material gráfico; diseño de material impreso; diseño de materiales de embalaje y envoltorio; diseño de nuevos productos; diseño de páginas de inicio; diseño de páginas de inicio y páginas de internet; diseño de páginas de inicio y páginas web; diseño de páginas de inicio y sitios web; diseño de páginas de internet; diseño de páginas de portada; diseño de páginas de portada y sitios web; diseño de páginas web con fines publicitarios; diseño de portales web; diseño de productos; diseño de productos comerciales; diseño de productos de consumo; diseño de productos de imprenta; diseño de sitios informáticos; diseño de sitios web; diseño de sitios web con fines publicitarios; diseño de sitios web informáticos; diseño de tarjetas de presentación; diseño gráfico asistido por ordenador; diseño gráfico de cubiertas de libros; diseño gráfico de marcas; diseño gráfico de material publicitario; diseño gráfico de materiales publicitarios; diseño gráfico de portadas de libros; diseño gráfico e ilustración; diseño gráfico por computador; diseño gráfico por computadora; diseño gráfico por ordenador; correcciones de imágenes digitales de fotografías; correcciones informatizadas de imágenes de fotografías; digitalización de fotografías [escaneado]; modificaciones de imágenes digitales de fotografías; modificaciones informatizadas de imágenes de fotografías; retoques de

⁴ 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° SD2025/0031630

imágenes digitales de fotografías; retoques informatizados de imágenes de fotografías; servicios de retoque de fotografías digital; servicios de revalorización digital de fotografías.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente No. SD2017/0096440

(35): Gestión y administración de negocios, servicios de comercialización de productos al por mayor y al de tal; importación y exportación de productos; venta de productos y artículos por medio de establecimientos comerciales, ventas por internet; gestión y administración de negocios en general; administración, asesoramiento y asistencia de asuntos de negocios de franquicias; administración comercial; asesoría, administración, asistencia y dirección empresarial; publicidad comercial, difusión de anuncios comerciales, servicios de mercadeo (marketing), publicidad y gestión de negocios comerciales, prestación de servicios de ventas en línea de toda clase de productos, publicidad en línea.

Esta Dirección encuentra una relación de conexidad competitiva por razonabilidad entre los servicios que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 42 y los servicios amparados por el registro citado en la clase 35.

Ello por cuanto los servicios de diseño gráfico, diseño de logotipos, material publicitario, páginas web y elementos visuales guardan una relación funcional y de complementariedad económica con las actividades de publicidad, mercadeo, gestión y comercialización propias de la clase 35. En el mercado es común que las empresas dedicadas a la gestión de negocios y promoción de productos contraten o integren dentro de su misma organización servicios de diseño gráfico y creación de material visual destinado a campañas publicitarias.

Por lo anterior, resulta razonable que el consumidor asocie ambos tipos de servicios a un mismo origen empresarial o a empresas vinculadas, por lo que se configura la conexidad competitiva entre los signos comparados.

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

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 PRIMERO: Negar el registro de la Marca TG Personalizados (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁵,

⁵ 42: Diseño de logos; diseño de logotipo; diseño de logotipos; diseño gráfico de logos; diseño gráfico de logos publicitarios; diseño gráfico de logotipos; diseño gráfico de logotipos publicitarios; servicios de diseño de logos; servicios de diseño de logotipo; servicios de diseño de logotipos; servicios de diseño gráfico de logos; servicios de diseño gráfico de logotipos; servicios de diseño gráfico de logotipos comerciales; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logos corporativos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logotipos; servicios de diseño gráfico para la creación de elementos figurativos de logotipos corporativos; creación, diseño y mantenimiento de páginas web; creación, diseño y mantenimiento de sitios web; creación y diseño de índices de información basados

Ref. Expediente N° SD2025/0031630

solicitada por TG PERSONALIZADOS SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a TG PERSONALIZADOS SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 11 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

en sitios web para terceros [servicios de tecnología de la información] relativos a proveedores de servicios personales y de mensajeros; creación y diseño de índices de información basados en sitios web [servicios de tecnología de la información] relativos a proveedores de servicios personales y de mensajeros; creación y diseño de páginas web para terceros; diseño, creación y programación de páginas web; diseño de artes gráficas; diseño de artículos de papelería; diseño de ilustraciones gráficas; diseño de interiores de tiendas; diseño de marcas; diseño de material gráfico; diseño de material impreso; diseño de materiales de embalaje y envoltorio; diseño de nuevos productos; diseño de páginas de inicio; diseño de páginas de inicio y páginas de internet; diseño de páginas de inicio y páginas web; diseño de páginas de inicio y sitios web; diseño de páginas de internet; diseño de páginas de portada; diseño de páginas de portada y sitios web; diseño de páginas web con fines publicitarios; diseño de portales web; diseño de productos; diseño de productos comerciales; diseño de productos de consumo; diseño de productos de imprenta; diseño de sitios informáticos; diseño de sitios web; diseño de sitios web con fines publicitarios; diseño de sitios web informáticos; diseño de tarjetas de presentación; diseño gráfico asistido por ordenador; diseño gráfico de cubiertas de libros; diseño gráfico de marcas; diseño gráfico de material publicitario; diseño gráfico de materiales publicitarios; diseño gráfico de portadas de libros; diseño gráfico e ilustración; diseño gráfico por computador; diseño gráfico por computadora; diseño gráfico por ordenador; correcciones de imágenes digitales de fotografías; correcciones informatizadas de imágenes de fotografías; digitalización de fotografías [escaneado]; modificaciones de imágenes digitales de fotografías; modificaciones informatizadas de imágenes de fotografías; retoques de imágenes digitales de fotografías; retoques informatizados de imágenes de fotografías; servicios de retoque de fotografías digital; servicios de revalorización digital de fotografías.