

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 104286

Ref. Expediente N° SD2025/0044937

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 14 de mayo de 2025, Andrea Galindo Camelo, solicitó el registro de la Marca La Tingua Bogotana (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 25, 28 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1068, 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 irreregistrabilidad 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 irreregistrabilidad 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:

¹ **25:** Camisas de vestir; camperas rompeviento [prendas de vestir]; casacas rompeviento [prendas de vestir]; chamarras rompeviento [prendas de vestir]; chaquetas en cuanto prendas de vestir; chaquetas ligeras; chaquetas ligeras [prendas de vestir]; chaquetas rompeviento [prendas de vestir]; prendas de vestir*; prendas de vestir cortaviento; prendas de vestir de algodón; prendas de vestir impermeables; prendas de vestir para actividades al aire libre; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para seres humanos; prendas de vestir, que no sean de protección, con elementos o materiales reflectantes o fluorescentes; prendas de vestir resistentes al agua.

28: Cartas de juego y juegos de cartas; cartas de juego y juegos de naipes; cartas intercambiables para juegos; compendios de juegos de mesa; fichas para juegos; juegos*; juegos de cartas; juegos de cartas de intercambio; juegos de cartas en cuanto naipes; juegos de cartas intercambiables; juegos de dominó; juegos de ingenio; juegos de memoria; juegos de memorización; juegos de mesa; juegos de preguntas y respuestas con tarjetas y componentes de juego; juegos de tablero; juegos educativos*; juegos, juguetes y artículos de juego; juegos y artículos de juego; juguetes, juegos y artículos de juego; juegos y juguetes; kits de juegos de mesa; sets de juegos de mesa; tarjetas de preguntas y respuestas [juego]; tarjetas de preguntas y respuestas [juegos]; tarjetas de intercambio para juegos.

41: Actividades culturales; organización de concursos con fines culturales; organización de eventos con fines culturales; organización de exhibiciones con fines culturales; organización de exhibiciones con fines culturales o educativos; organización de exposiciones con fines culturales; organización de exposiciones con fines culturales e educativos; organización de exposiciones con fines culturales o educativos; organización de exposiciones de arte con fines culturales o educativos; organización y coordinación de actividades culturales; organización y coordinación de exposiciones artísticas con fines culturales o educativos; presentación al público de obras de arte plásticas con fines culturales; presentación al público de obras de arte plásticas con fines culturales o educativos; presentación al público de obras de arte plásticas con fines educativos; organización y realización de actividades culturales; realización de actividades culturales; realización de visitas guiadas a centros culturales con fines educativos; realización de visitas guiadas con fines culturales o educativos; realización de visitas guiadas en sitios culturales con fines educativos.

Ref. Expediente N° SD2025/0044937

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 marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
------	-------	---------	------------	------	-------	---------	--------	----------

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° SD2025/0044937

Mixta	tinguazul	Paula Lorena Malagon Valbuena	SD2022/0106871	11	16, 41	Marca	Registrada	09 oct. 2033
Mixta	Tingua	Felipe Posada	SD2020/0037555	11	25	Marca	Registrada	29 dic. 2030

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”.

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Ref. Expediente N° SD2025/0044937

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que entre los signos confrontados La Tigua Bogotana, tinguazul y Tigua existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente. En efecto, los signos son idénticos en el campo ideológico, al evocar exactamente la misma idea o concepto.

Lo anterior, toda vez que tanto el signo solicitado como las marcas previamente registradas integran dentro de su conjunto la expresión “TIGUA” la cual refiere al animal conocido como Rallus semiplumbeus *“ave emblemática para los humedales de Bogotá. Perteneciente a la familia Rallidae, uno de los grupos de aves más cosmopolita del mundo, y cuenta con 147 especies de pequeño y mediano tamaño conocidas como fochas, gallinetas, polluelas, rascones o calamones, presentes en todos los continentes.*

Esta ave forma parte a la especie Porphyrio martinica, que etimológicamente proviene del griego Porphyrio - porphyrus, que denota 'polla sultana', y porphýra, cuyo significado es 'púrpura'. Por su parte, el epíteto martinica fue tomado de la isla caribeña, perteneciente a Francia, que lleva este nombre”⁴, hecho que puede llevar al consumidor a interpretar que las marcas pertenecen a un mismo nicho comercial, lo cual no aplica en el presente caso.

A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de estas. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

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 y/o servicios 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 competitiva entre los productos y/o servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

4

https://www.ambientebogota.gov.co/search?p_p_id=101&p_p_lifecycle=0&p_p_state=maximized&_101_struts_action=%2Fasset_publisher%2Fview_content&_101_assetEntryId=1323470&_101_type=content&_101_urlTitle=tingua-azul-ave-ilustre-que-adorna-los-humedales-de-bogota

⁵ 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° SD2025/0044937

Clase 25: Camisas de vestir; camperas rompeviento [prendas de vestir]; casacas rompeviento [prendas de vestir]; chamarras rompeviento [prendas de vestir]; chaquetas en cuanto prendas de vestir; chaquetas ligeras; chaquetas ligeras [prendas de vestir]; chaquetas rompeviento [prendas de vestir]; prendas de vestir*; prendas de vestir cortaviento; prendas de vestir de algodón; prendas de vestir impermeables; prendas de vestir para actividades al aire libre; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para seres humanos; prendas de vestir, que no sean de protección, con elementos o materiales reflectantes o fluorescentes; prendas de vestir resistentes al agua.

Clase 28: Cartas de juego y juegos de cartas; cartas de juego y juegos de naipes; cartas intercambiables para juegos; compendios de juegos de mesa; fichas para juegos; juegos*; juegos de cartas; juegos de cartas de intercambio; juegos de cartas en cuanto naipes; juegos de cartas intercambiables; juegos de dominó; juegos de ingenio; juegos de memoria; juegos de memorización; juegos de mesa; juegos de preguntas y respuestas con tarjetas y componentes de juego; juegos de tablero; juegos educativos*; juegos, juguetes y artículos de juego; juegos y artículos de juego; juguetes, juegos y artículos de juego; juegos y juguetes; kits de juegos de mesa; sets de juegos de mesa; tarjetas de preguntas y respuestas [juego]; tarjetas de preguntas y respuestas [juegos]; tarjetas de intercambio para juegos.

Clase 41: Actividades culturales; organización de concursos con fines culturales; organización de eventos con fines culturales; organización de exhibiciones con fines culturales; organización de exhibiciones con fines culturales o educativos; organización de exposiciones con fines culturales; organización de exposiciones con fines culturales e educativos; organización de exposiciones con fines culturales o educativos; organización de exposiciones de arte con fines culturales o educativos; organización y coordinación de actividades culturales; organización y coordinación de exposiciones artísticas con fines culturales o educativos; presentación al público de obras de arte plásticas con fines culturales; presentación al público de obras de arte plásticas con fines culturales o educativos; presentación al público de obras de arte plásticas con fines educativos; organización y realización de actividades culturales; realización de actividades culturales; realización de visitas guiadas a centros culturales con fines educativos; realización de visitas guiadas con fines culturales o educativos; realización de visitas guiadas en sitios culturales con fines educativos.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente	Producto y servicios
-------------------	-----------------------------

SD2022/0106871 Clase 16: Agendas de bolsillo; agendas de citas; agendas de bolsillo [productos de imprenta]; agendas de citas [productos de imprenta]; agendas personales; agendas de escritorio; agendas [productos de imprenta]; agendas y planificadores semanales [productos de imprenta]; aguafuertes [grabados]; álbumes; álbumes de acontecimientos especiales; álbumes de autógrafos; álbumes de boda; álbumes de cumpleaños; álbumes de fotografías; álbumes de fotografías personales; álbumes de fotos de bebés; álbumes de recortes; álbumes de recuerdos [álbumes de fotografías]; álbumes de sellos; almanaques; calcomanías; calendarios; calendarios de bolsillo; calendarios de escritorio; calendarios de pared; carpetas de recetas; carpetas en forma de carteras para documentos; carpetas para planos; carpetas portafolios [artículos de papelería]; cartivanas [encuadernación]; cuadernos; cuadernos de bitácora; cuadernos de bocetos; cuadernos de bocetos de artistas; cuadernos de escritura; cuadernos de notas; cuadernos de viaje; cuadros [obras de arte]; cuadros [pinturas]; cuadros [pinturas] enmarcados o no; cubiertas de libros; diarios; diarios de viaje; diarios de escritorio; diarios

Ref. Expediente N° SD2025/0044937

personales en blanco; diarios [productos de imprenta]; dibujos; dibujos gráficos de arte; encuadernaciones de libros; grabados artísticos; gráficos impresos; grabados; hilos de encuadernación; ilustraciones; imágenes artísticas; imágenes enmarcadas; imágenes impresas; impresiones litográficas; impresiones pictóricas; impresiones serigráficas; libretas; libretas de bolsillo; libretas de papel; libretas de papel en blanco; manuales; material de encuadernación; material de enseñanza de papel; obras de arte impresas; organizadores [artículos de papelería]; pegatinas [calcomanías]; planificadores de escritorio; planificadores anuales [productos de imprenta]; planificadores mensuales [productos de imprenta]; tela de encuadernación; tejidos de encuadernación.

Clase 41: Academias [educación]; acreditación [certificación] de logros educativos; actividades recreativas y culturales; celebración de concursos por Internet; celebración de talleres de formación; centros de esparcimiento; clases personalizadas [educación y formación]; cursos para adultos; educación; educación complementaria; educación en el ámbito del arte mediante videoconferencias; educación, enseñanza y formación; formación; formación complementaria; formación de adultos; instrucción sobre arte; instrucción sobre artes visuales; instrucción sobre dibujo; instrucción sobre pintura; organización de clases; organización de cursos de formación; organización de programas de formación para jóvenes; organización de simposios y talleres de formación; organización de talleres y seminarios; organización e impartición de clases; organización y celebración de cursos de formación; organización y coordinación de seminarios, conferencias, cursos de formación y formación complementaria; organización y realización de acontecimientos recreativos; organización y realización de actividades culturales y recreativas; preparación y celebración de seminarios y talleres de formación; producción de materiales educativos; producción de programas multimedia; servicios de educación para adultos; servicios de educación, formación y entretenimiento; servicios de educación y enseñanza en materia de artes y artesanía; servicios de educación y formación; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación a distancia en línea; servicios de formación en línea; suministro de cursos de formación complementaria; suministro de entretenimiento; talleres de formación.

SD2020/0037555 Clase 25: Ropa de deporte; ropa de esquí; bodis [ropa interior]; ropa de atletismo; ropa para ciclistas; ropa de golf, que no sean guantes; ropa impermeable; ropa informal; ropa de niño; ropa de patinaje artístico; ropa de surf.

Conexidad entre los productos de la clase 25 internacional. Criterio de Razonabilidad

De manera inicial, esta Dirección evidencia que existe conexidad entre la descripción de las clases en comento en la medida en que existen equivalencias plausibles entre las coberturas analizadas toda vez que versan sobre productos destinados a mejorar la apariencia personal de los consumidores, con los cuales, a su vez, atienden sus necesidades enfocadas en su vestimenta según la ocasión. Por ende, dada la similitud de los signos y sus coberturas el consumidor puede pensar de manera razonable que pertenecen a un mismo nicho comercial.

Conexidad entre productos de la clase 28 y los servicios de la clase 41 internacional. Criterio de Razonabilidad

Existe conexidad entre los productos y servicios cotejados tomando en cuenta que pertenecen a un mismo campo relacionado al campo del entretenimiento, por una parte encontramos artículos como juegos de azar, juguetes en general, juegos de memoria, dominó, entre otros, pertenecientes a la clase 28 internacional, que son usados habitualmente en la prestación de servicios de entretenimiento y actividades recreativas, así mismo, es común que estos sean ofertados de manera conjunta, por ende, bajo el

Ref. Expediente N° SD2025/0044937

criterio antes indicado el consumidor podría entender que son puestos en el comercio por el único comerciante cuando en realidad pertenecen a nichos disímiles.

Conexidad entre los servicios de la clase 41 internacional. Criterio de Razonabilidad

Finalmente, en este caso se encuentra que existe una relación de identidad o de género especie entre la cobertura solicitada y la que identifica la marca previamente registrada se relacionan a un mismo campo referente a actividades educativas, recreativas, de entretenimiento, lúdicas, entre otras, lo cual, sumado a la similitud conceptual acrecienta el riesgo de confusión a tal punto que no pueden coexistir pacíficamente en el comercio.

Por lo tanto, el consumidor, de manera razonable, fácilmente puede decidir cambiar los servicios de las marcas registradas, por los del signo solicitado, en virtud de las dinámicas del mercado como la variación de precios, la facilidad de acceso, los canales de comercialización y satisfacer una misma necesidad.

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 La Tingua Bogotana (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 25 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Andrea Galindo Camelo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca La Tingua Bogotana (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 28 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por Andrea Galindo Camelo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca La Tingua Bogotana (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por Andrea Galindo Camelo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

⁶ **25:** Camisas de vestir; camperas rompeviento [prendas de vestir]; casacas rompeviento [prendas de vestir]; chamarras rompeviento [prendas de vestir]; chaquetas en cuanto prendas de vestir; chaquetas ligeras; chaquetas ligeras [prendas de vestir]; chaquetas rompeviento [prendas de vestir]; prendas de vestir*; prendas de vestir cortaviento; prendas de vestir de algodón; prendas de vestir impermeables; prendas de vestir para actividades al aire libre; prendas de vestir para hombres; prendas de vestir para mujeres; prendas de vestir para mujeres, hombres y niños; prendas de vestir para niños; prendas de vestir para seres humanos; prendas de vestir, que no sean de protección, con elementos o materiales reflectantes o fluorescentes; prendas de vestir resistentes al agua.

⁷ **28:** Cartas de juego y juegos de cartas; cartas de juego y juegos de naipes; cartas intercambiables para juegos; compendios de juegos de mesa; fichas para juegos; juegos*; juegos de cartas; juegos de cartas de intercambio; juegos de cartas en cuanto naipes; juegos de cartas intercambiables; juegos de dominó; juegos de ingenio; juegos de memoria; juegos de memorización; juegos de mesa; juegos de preguntas y respuestas con tarjetas y componentes de juego; juegos de tablero; juegos educativos*; juegos, juguetes y artículos de juego; juegos y artículos de juego; juguetes, juegos y artículos de juego; juegos y juguetes; kits de juegos de mesa; sets de juegos de mesa; tarjetas de preguntas y respuestas [juego]; tarjetas de preguntas y respuestas [juegos]; tarjetas de intercambio para juegos.

⁸ **41:** Actividades culturales; organización de concursos con fines culturales; organización de eventos con fines culturales; organización de exhibiciones con fines culturales; organización de exhibiciones con fines culturales o educativos; organización de exposiciones con fines culturales; organización de exposiciones con fines culturales e educativos; organización de exposiciones con fines culturales o educativos; organización de exposiciones de arte con fines culturales o educativos; organización y coordinación de actividades culturales; organización y coordinación de exposiciones artísticas con fines culturales o educativos; presentación al público de obras de arte plásticas con fines culturales; presentación al público de obras de arte plásticas con fines culturales o educativos; presentación al público de obras de arte plásticas con fines educativos; organización y realización de actividades culturales; realización de actividades culturales; realización de visitas guiadas a centros culturales con fines educativos; realización de visitas guiadas con fines culturales o educativos; realización de visitas guiadas en sitios culturales con fines educativos.

Resolución N° 104286

Ref. Expediente N° SD2025/0044937

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a Andrea Galindo Camelo, 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 QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 10 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS