

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 107052

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

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 9 de junio de 2025, Diego Fernando Gaitan Amaya, solicitó el registro de la Marca MUNT (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 9, 35, 36, 38 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1077, 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:

¹ 9: Plataforma informática; plataformas de software de computador, grabadas o descargables; plataformas de software de gestión colaborativa; plataformas de software de gestión de colaboración; plataformas de software, descargable; plataformas de software, descargable, para el alojamiento de sitios informáticos; plataformas de software para computadoras; plataformas de software para ordenadores; software multiplataforma; aplicaciones de software descargables [apps]; programas de aplicación; software de aplicación; software de aplicación descargable para entornos virtuales; software de aplicación descargable para teléfonos celulares; software de aplicación descargable para teléfonos inteligentes; software de aplicación para dispositivos inalámbricos; software de aplicación para servicios de computación en la nube; software de aplicación para teléfonos celulares; software de aplicación web; software de aplicación web y de servidor.

35: Administración de ventas de bienes inmuebles; marketing de bienes inmuebles; publicidad de bienes inmuebles comerciales; publicidad de bienes inmuebles comerciales o residenciales; servicios de gestión y administración de empresas en el ámbito de los bienes inmuebles; asesoramiento en materia de gestión de la comercialización; comercialización de productos; comercialización por internet; preparación de material de promoción y de comercialización para terceros; elaboración de métodos de análisis y aplicación de planes estratégicos y proyectos de gestión.

36: Administración de bienes inmuebles; adquisición de bienes inmuebles para terceros; alquiler de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; alquiler de bienes inmuebles y propiedades; alquiler de espacios comerciales en mercados [bienes inmuebles]; alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; administración de bienes inmuebles de residencias vacacionales; consultoría en administración de bienes inmuebles; cotización de bienes inmuebles; evaluación de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles en alquiler; gestión de bienes inmuebles y propiedades; gestión financiera de bienes inmuebles; inversiones de capital en bienes inmuebles; preparación de contratos de arrendamiento financiero y de alquiler de inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios residenciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales industriales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios; servicios de administración financiera de bienes inmuebles; servicios de adquisición de bienes inmuebles; servicios de asesoramiento en materia de propiedad de bienes inmuebles; servicios de consultoría en bienes inmuebles; servicios de gestión de bienes inmuebles y propiedades; servicios de inversión inmobiliaria de compra y venta de inmuebles para terceros; servicios gestión de bienes inmuebles; tramitación de contratos de arrendamiento y alquiler de bienes inmuebles; valoración financiera de bienes inmuebles.

38: Servicios de acceso a plataformas de comercio electrónico en internet; servicios de acceso a plataformas de información, comunicación y transacciones electrónicas en internet; servicios de acceso a plataformas de internet; servicios de acceso de usuario a plataformas en internet; servicios de telecomunicación mediante plataformas y portales de internet; servicios de telecomunicación mediante plataformas y portales de internet y por otros soportes; servicios de telecomunicación para plataformas de comercio electrónico en internet y otros soportes electrónicos; servicios de acceso a plataformas y portales de internet.

42: Alojamiento de plataformas de comercio electrónico en internet; alojamiento y suministro de plataformas electrónicas para compartir y transmitir datos; desarrollo de plataformas informáticas; diseño, programación y mantenimiento de plataformas de programas de computadoras; plataforma como servicio [paas]; plataformas para inteligencia artificial como software en forma de servicio [saas]; programación de software para plataformas de comercio electrónico; programación de software para plataformas de información en internet; programación de software para plataformas de internet; preparación de informes relacionados con la planificación de bienes inmuebles; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia.



Ref. Expediente N° SD2025/0046813

“...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

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.

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.

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° SD2025/0046813

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
Mixta	LE MONT COMERCIO	ARQUITECTURA Y COMERCIO S.A.S.	SD2022/0012494	11	35, 36, 39, 41, 43	Marca	Registrada	12/09/2032
Nominativa	LOLA CASADEMUNT	LOLA CASADEMUNT, S.L.	SD2024/0131619	12	9, 14, 18, 25	Marca	Registrada	22/08/2034
Mixta	LOLA CASADEMUNT LC	LOLA CASADEMUNT, S.L.	SD2024/0126201	12	9, 14, 18, 25	Marca	Registrada	18/04/2034
Nominativa	MONTT	JOSE SANTIAGO MONTT VICUÑA	SD2017/0043049	11	35, 45	Marca	Registrada	02/03/2028

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 LOLA CASADEMUNT MONTT

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta



Ref. Expediente N° SD2025/0046813

predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se advierte que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado “**MUNTT**” reproduce parte relevante del signo antecedente “**MONTT**”, de la siguiente manera: M-N-T-T. En efecto, ambos signos comparten la misma extensión y la misma estructura consonántica, de manera tal que la única diferencia entre ambas expresiones consiste en la modificación de la vocal O por la U en el signo solicitado, lo cual no resulta suficiente para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

A su vez, esta Dirección encuentra que el elemento denominativo del signo solicitado “**MUNTT**” presenta similitudes ortográficas y fonéticas con el vocablo predominante del signo previamente registrado “**LE MONT COMERCIO**”, por cuanto ambas expresiones comparten extensiones semejantes y una estructura consonántica sumamente semejante (M-N-T), sin que la modificación de la vocal O por la U y la adición de otra consonante T en el signo solicitado se constituya como derrotero diferenciador entre los signos dado que el impacto sonoro que se genera en ambos casos es sumamente semejante.

Asimismo, es posible observar que el signo solicitado “**MUNTT**” reproduce sustancialmente el elemento denominativo diferenciador de los signos antecedentes **LOLA CASADEMUNT**” y “**LOLA CASADEMUNT LC**” por cuanto la única diferencia entre ambas expresiones consiste en la adición de una letra T adicional en el signo solicitado, lo cual no es suficiente para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado dado que la sonoridad es la misma.

Así las cosas, si bien los signos en cotejo contienen otros elementos nominativos y/o gráficos, estos no resultan suficientes para diferenciar los signos bajo análisis, toda vez que, de aceptarse dicho criterio de diferenciación se permitiría que cualquier tercero se apropiara de una marca previamente registrada o solicitada con el pretexto que los elementos adicionales despiertan una impresión en conjunto distinta, desconociendo los derechos de exclusividad y exclusión que recaen sobre los signos antecedentes.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

9: Plataforma informática; plataformas de software de computador, grabadas o descargables; plataformas de software de gestión colaborativa; plataformas de software de gestión de colaboración; plataformas de software, descargable; plataformas de software, descargable, para el alojamiento de sitios informáticos; plataformas de software para computadoras; plataformas de software para ordenadores; software multiplataforma; aplicaciones de software descargables [apps]; programas de aplicación; software de aplicación; software de aplicación descargable para entornos virtuales; software de aplicación descargable para teléfonos celulares; software de aplicación descargable para teléfonos inteligentes; software de aplicación para dispositivos inalámbricos; software de aplicación para servicios de computación en la nube; software de aplicación para teléfonos celulares; software de aplicación web; software de aplicación web y de servidor.

35: Administración de ventas de bienes inmuebles; marketing de bienes inmuebles; publicidad de bienes inmuebles comerciales; publicidad de bienes inmuebles comerciales o residenciales; servicios de gestión y administración de empresas en el ámbito de los bienes inmuebles; asesoramiento en materia de gestión de la comercialización; comercialización; comercialización de productos; comercialización por internet; preparación de material de promoción y de comercialización para terceros; elaboración de métodos de análisis y aplicación de planes estratégicos y proyectos de gestión.

36: Administración de bienes inmuebles; adquisición de bienes inmuebles para terceros; alquiler de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; alquiler de bienes inmuebles y propiedades; alquiler de espacios comerciales en mercados [bienes inmuebles]; alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; administración de bienes inmuebles de residencias vacacionales; consultoría en administración de bienes inmuebles; cotización de bienes inmuebles; evaluación de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles en alquiler; gestión de bienes inmuebles y propiedades; gestión financiera de bienes inmuebles; inversiones de capital en bienes inmuebles; preparación de contratos de arrendamiento financiero y de alquiler de inmuebles; servicios 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° SD2025/0046813

administración de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios residenciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales industriales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios; servicios de administración financiera de bienes inmuebles; servicios de adquisición de bienes inmuebles; servicios de asesoramiento en materia de propiedad de bienes inmuebles; servicios de consultoría en bienes inmuebles; servicios de gestión de bienes inmuebles y propiedades; servicios de inversión inmobiliaria de compra y venta de inmuebles para terceros; servicios gestión de bienes inmuebles; tramitación de contratos de arrendamiento y alquiler de bienes inmuebles; valoración financiera de bienes inmuebles.

38: Servicios de acceso a plataformas de comercio electrónico en internet; servicios de acceso a plataformas de información, comunicación y transacciones electrónicas en internet; servicios de acceso a plataformas de internet; servicios de acceso de usuario a plataformas en internet; servicios de telecomunicación mediante plataformas y portales de internet; servicios de telecomunicación mediante plataformas y portales de internet y por otros soportes; servicios de telecomunicación para plataformas de comercio electrónico en internet y otros soportes electrónicos; servicios de acceso a plataformas y portales de internet.

42: Alojamiento de plataformas de comercio electrónico en internet; alojamiento y suministro de plataformas electrónicas para compartir y transmitir datos; desarrollo de plataformas informáticas; diseño, programación y mantenimiento de plataformas de programas de computadoras; plataforma como servicio [paas]; plataformas para inteligencia artificial como software en forma de servicio [saas]; programación de software para plataformas de comercio electrónico; programación de software para plataformas de información en internet; programación de software para plataformas de internet; preparación de informes relacionados con la planificación de bienes inmuebles; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2022/0012494 Clase 35: Administración comercial; gestión comercial; gestión comercial en relación con franquicias; servicios de marketing comercial; servicios de planificación comercial; servicios de promoción comercial; gestión comercial de centros de conferencias.

36: Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con inmuebles comerciales; administración de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; servicios de gestión de bienes inmuebles y propiedades; servicios de corretaje; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; alquiler de bienes inmuebles y propiedades; tramitación de contratos de arrendamiento y alquiler de bienes inmuebles.

39: Estacionamiento de vehículos; alquiler de plazas de estacionamiento para vehículos; alquiler de plazas de estacionamiento para autos; servicios de estacionamiento; servicios de estacionamiento de vehículos; puesta a disposición de plazas de estacionamiento.

41: Celebración de eventos recreativos; conducción de eventos culturales; coordinación de eventos educativos; coordinación de eventos recreativos; dirección de eventos culturales; facilitación de eventos de entretenimiento; facilitación de eventos de

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

esparcimiento; facilitación de eventos de ocio; facilitación de eventos musicales; organización de eventos con fines culturales; organización de eventos con fines de entretenimiento; organización de eventos con fines de esparcimiento; organización de eventos con fines de ocio; organización de eventos con fines recreativos.

43: Servicios de restaurantes; prestación de servicios de restaurantes; restaurantes con servicio de reparto a domicilio; restaurantes de comida para llevar; servicios de bares y restaurantes; servicios de cafés y restaurantes; servicios de cafés, cafeterías y restaurantes; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; servicios de restaurantes de comida para llevar.

Expediente SD2024/0131619 Clase 9: Aparatos ópticos de aumento y correctores; gafas, gafas de sol y lentes de contacto; fundas y estuches para gafas; fundas de tela o de materias textiles para teléfonos móviles; fundas de tela o de materias textiles para tablets; equipos de tecnología de la información, audiovisuales, multimedia y fotográficos; equipos de comunicaciones; equipos para comunicaciones punto a punto; carcasas de ordenadores; estuches adaptados para ordenadores; estuches para transportar ordenadores; maletines para ordenadores portátiles; equipos y accesorios para el tratamiento de datos (eléctricos y mecánicos); software y aplicaciones para ordenadores y dispositivos móviles que ofrecen a los usuarios asesoramiento, atención e información relativos a la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería o que permiten a los usuarios probar dichos productos de manera virtual; etiquetas de comunicación de campo próximo NFC para interactuar con aplicaciones móviles para obtener información en relación con productos de la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería; etiquetas de comunicación de campo próximo NFC para la comercialización y autenticación de productos de la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería; tokens de comunicaciones de campo próximo NFC; contenidos multimedia; fichas de seguridad [dispositivos de cifrado]; archivos multimedia descargables que contienen material gráfico, texto, archivos de audio y vídeo y productos virtuales de la industria del calzado, prendas de moda, complementos de vestir de moda y joyería autenticados por NFT; bienes virtuales descargables, en concreto, de la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería; archivos digitales descargables autenticados por fichas no fungibles [NFT]; archivos digitales descargables autenticados por tokens no fungibles [NFT].

14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos; llaveros y cadenas para llaves y sus dijes.

18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales; guarnicionería de cuero; monederos; monederos de cuero; cordones de cuero; bolsos; bolsones; bolsos de rafia; bolsos multiuso; bolsos impermeables; bolsos para avión; bolsos de viaje; bolsos de mano; bolsos de deporte; bolsas y carteras de piel; amazonas para bolsos; correas para bolsos; correas de cuero; bolsos de tela; bolsos de cuero; carteras (carpetas); carteras (de bolsillos); portallaves de cuero y piel; portatarjetas de crédito de piel; carteras (marroquinería), macutos; maletas; maletines; maletines profesionales; mochilas; mochilas portabebés; mochilas portabebés de cuero; bandoleras; mochilas de bandolera; mochilas de deporte; riñoneras.

25: Prendas de vestir; calzado; artículos de sombrerería; cinturones.

Expediente SD2024/0126201 Clase 9: Aparatos ópticos de aumento y correctores; gafas, gafas de sol y lentes de contacto; fundas y estuches para gafas; fundas de tela o de

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

materias textiles para teléfonos móviles; fundas de tela o de materias textiles para tablets; equipos de tecnología de la información, audiovisuales, multimedia y fotográficos; equipos de comunicaciones; equipos para comunicaciones punto a punto; carcasas de ordenadores; estuches adaptados para ordenadores; estuches para transportar ordenadores; maletines para ordenadores portátiles; equipos y accesorios para el tratamiento de datos (eléctricos y mecánicos); software y aplicaciones para ordenadores y dispositivos móviles que ofrecen a los usuarios asesoramiento, atención e información relativos a la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería o que permiten a los usuarios probar dichos productos de manera virtual; etiquetas codificadas de campo próximo NFC para interactuar con aplicaciones móviles para obtener información en relación con productos de la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería; etiquetas codificadas de campo próximo NFC para la comercialización y autenticación de productos de la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería; etiquetas codificadas de comunicaciones de campo próximo NFC; contenidos multimedia; fichas de seguridad [dispositivos de cifrado]; archivos multimedia descargables que contienen material gráfico, texto, archivos de audio y vídeo y productos virtuales de la industria del calzado, moda, complementos de moda y joyería autenticados con tokens no fungibles [NFT].

14: Metales preciosos y sus aleaciones; artículos de joyería, piedras preciosas y semipreciosas; artículos de relojería e instrumentos cronométricos; llaveros y cadenas para llaves y sus dijes.

18: Cuero y cuero de imitación; pieles de animales; artículos de equipaje y bolsas de transporte; paraguas y sombrillas; bastones; fustas, arneses y artículos de guarnicionería; collares, correas y ropa para animales; guarnicionería de cuero; monederos; monederos de cuero; cordones de cuero; bolsos; bolsones; bolsos de rafia; bolsos multiuso; bolsos impermeables; bolsos para avión; bolsos de viaje; bolsos de mano; bolsos de deporte; bolsas y carteras de piel; amazonas para bolsos; correas para bolsos; correas de cuero; bolsos de tela; bolsos de cuero; carteras (carpetas); carteras (de bolsillos); portallaves de cuero y piel; portatarjetas de crédito de piel; carteras (marroquinería), macutos; maletas; maletines; maletines profesionales; mochilas; mochilas portabebés; mochilas portabebés de cuero; bandoleras; mochilas de bandolera; mochilas de deporte; riñoneras.

25: Prendas de vestir; calzado; artículos de sombrerería; cinturones.

Expediente SD2017/0043049 Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

45: Servicios jurídicos; servicios de seguridad para la protección física de bienes materiales y personas; servicios personales y sociales prestados por terceros para satisfacer necesidades individuales.

Conexión competitiva entre productos de la Clase 9 de los signos confrontados

El criterio de razonabilidad establece que existe conexión competitiva cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, podría asumir como razonable que los productos en cuestión provienen del mismo empresario.

En el presente caso, para esta Dirección existe conexidad competitiva entre los productos cotejados, tomando en cuenta que, se trata de productos comprendidos en la misma clase del nomenclador internacional, que pertenecen al campo tecnológico, y que en la práctica son desarrollados por las mismas empresas, razón por la cual, el consumidor podría de manera razonable llegar a la conclusión de que los signos bajo análisis proceden del mismo origen empresarial.

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

Configurándose así, un riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

“(…) El riesgo de confusión, puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”

Conexión competitiva entre servicios de la clase 35 de los signos confrontados

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos y servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre las coberturas de los signos confrontados toda vez que se el signo solicitado pretende identificar *servicios de publicidad, gestión comercial y administración comercial*, los cuales se encuentran comprendidos dentro de la cobertura de los signos previamente registrados en la clase 35.

Por consiguiente, comparten el mismo nicho comercial, canales de comercialización y de publicidad, circunstancia que incrementa el riesgo de confusión respecto de su procedencia empresarial, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conexión competitiva entre servicios de la Clase 36 de los signos confrontados

En atención a los criterios de conexión competitiva, esta Dirección advierte que hay identidad de servicios en las coberturas de la clase 36 de los signos estudiados, teniendo en cuenta que se trata del mismo tipo de actividades inmobiliarias en relación genero – especie, comprendidas en la clase 36 del nomenclador internacional.

Por lo anterior, es claro definir que los signos en conflicto al identificar prestaciones idénticas comparten género, naturaleza, finalidades, canales de comercialización y de publicidad, lo que puede llevar a pensar equivocadamente al consumidor que se encuentra ante servicios ofrecidos por el mismo empresario, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Conexión competitiva entre servicios de la Clase 38 y productos de la Clase 9

Verificada la cobertura de los signos bajo estudio, esta Dirección advierte que es posible determinar que existe conexidad competitiva entre los mismos bajo el criterio de razonabilidad, puesto que el consumidor podría considerar que los servicios de telecomunicaciones pretendidos con el signo solicitado, tienen el mismo origen empresarial que los *equipos de comunicaciones, equipos para comunicaciones punto a punto, equipos de tecnología de la información, audiovisuales, multimedia y fotográficos* incluidos en la cobertura del signo antecedente. Ello obedece a que se trata de productos y servicios estrechamente relacionados por pertenecer al sector de las telecomunicaciones y que en la práctica pueden ser ofrecidos por el mismo empresario.

Adicionalmente, esta Dirección advierte que existe una relación funcional entre los servicios solicitados y los productos identificados con el signo antecedente, por cuanto estos últimos permiten la prestación de los primeros.

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados”⁵.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 9 y los servicios de la clase 42 internacional (Razonabilidad)

Verificada la cobertura de los signos en estudio, es posible determinar que existe conexidad competitiva entre los mismos puesto que, aunque se trata de productos y servicios en clases diferentes del nomenclador internacional, el consumidor podría creer razonablemente que los servicios pretendidos con el signo solicitado en la clase 42, tales como, *diseño, programación y mantenimiento de plataformas de programas de computadoras*, entre otros, pueden tener el mismo origen empresarial que los productos identificados con el signo antecedente en la clase 9, tales como, *equipos de tecnología de la información, audiovisuales, multimedia y fotográfico*, entre otros, por cuanto se trata de productos y servicios tecnológicos, que en la práctica suelen ser ofrecidos por las mismas empresas.

Situación que puede llevar razonablemente al consumidor a considerar que los signos objeto de análisis tienen el mismo origen empresarial, al ser productos y servicios estrechamente relacionados, configurándose riesgo de confusión indirecto, el cual es definido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 345-IP-2021, de la siguiente forma:

“(…) El riesgo de confusión, puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado, crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.”

En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada interdependencia, que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos o servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos o servicios, lo cual no se da en el presente caso.

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,

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 153-IP-2004.

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca MUNT (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Diego Fernando Gaitán Amaya, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca MUNT (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por Diego Fernando Gaitán Amaya, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca MUNT (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por Diego Fernando Gaitán Amaya, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Negar el registro de la Marca MUNT (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 38 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por Diego Fernando Gaitán Amaya, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO QUINTO: Negar el registro de la Marca MUNT (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁰,

⁶ 9: Plataforma informática; plataformas de software de computador, grabadas o descargables; plataformas de software de gestión colaborativa; plataformas de software de gestión de colaboración; plataformas de software, descargable; plataformas de software, descargable, para el alojamiento de sitios informáticos; plataformas de software para computadoras; plataformas de software para ordenadores; software multiplataforma; aplicaciones de software descargables [apps]; programas de aplicación; software de aplicación; software de aplicación descargable para entornos virtuales; software de aplicación descargable para teléfonos celulares; software de aplicación descargable para teléfonos inteligentes; software de aplicación para dispositivos inalámbricos; software de aplicación para servicios de computación en la nube; software de aplicación para teléfonos celulares; software de aplicación web; software de aplicación web y de servidor.

⁷ 35: Administración de ventas de bienes inmuebles; marketing de bienes inmuebles; publicidad de bienes inmuebles comerciales; publicidad de bienes inmuebles comerciales o residenciales; servicios de gestión y administración de empresas en el ámbito de los bienes inmuebles; asesoramiento en materia de gestión de la comercialización; comercialización; comercialización de productos; comercialización por internet; preparación de material de promoción y de comercialización para terceros; elaboración de métodos de análisis y aplicación de planes estratégicos y proyectos de gestión.

⁸ 36: Administración de bienes inmuebles; adquisición de bienes inmuebles para terceros; alquiler de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; alquiler de bienes inmuebles y propiedades; alquiler de espacios comerciales en mercados [bienes inmuebles]; alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; administración de bienes inmuebles de residencias vacacionales; consultoría en administración de bienes inmuebles; cotización de bienes inmuebles; evaluación de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles en alquiler; gestión de bienes inmuebles y propiedades; gestión financiera de bienes inmuebles; inversiones de capital en bienes inmuebles; preparación de contratos de arrendamiento financiero y de alquiler de inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios residenciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales de oficinas; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con locales industriales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios; servicios de administración financiera de bienes inmuebles; servicios de adquisición de bienes inmuebles; servicios de asesoramiento en materia de propiedad de bienes inmuebles; servicios de consultoría en bienes inmuebles; servicios de gestión de bienes inmuebles y propiedades; servicios de inversión inmobiliaria de compra y venta de inmuebles para terceros; servicios gestión de bienes inmuebles; tramitación de contratos de arrendamiento y alquiler de bienes inmuebles; valoración financiera de bienes inmuebles.

⁹ 38: Servicios de acceso a plataformas de comercio electrónico en internet; servicios de acceso a plataformas de información, comunicación y transacciones electrónicas en internet; servicios de acceso a plataformas de internet; servicios de acceso de usuario a plataformas en internet; servicios de telecomunicación mediante plataformas y portales de internet; servicios de telecomunicación mediante plataformas y portales de internet y por otros soportes; servicios de telecomunicación para plataformas de comercio electrónico en internet y otros soportes electrónicos; servicios de acceso a plataformas y portales de internet.

¹⁰ 42: Alojamiento de plataformas de comercio electrónico en internet; alojamiento y suministro de plataformas electrónicas para compartir y transmitir datos; desarrollo de plataformas informáticas; diseño, programación y mantenimiento de plataformas de programas de computadoras; plataforma como servicio [paas]; plataformas para inteligencia artificial como software en forma de servicio [saas]; programación de software para plataformas de comercio electrónico; programación de software para plataformas de

Resolución N° 107052

Ref. Expediente N° SD2025/0046813

solicitada por Diego Fernando Gaitán Amaya, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO SÉPTIMO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 15 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

información en internet; programación de software para plataformas de internet; preparación de informes relacionados con la planificación de bienes inmuebles; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia.