

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 1073

Ref. Expediente N° SD2025/0087083

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 28 de agosto de 2025, JUAN DIEGO GÓMEZ SALDARRIAGA, solicitó el registro de la marca **Altium Legal** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 45 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, 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:

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.

¹ 45: Aplicación de derechos de marcas [servicios jurídicos]; aplicación de derechos de propiedad intelectual [servicios jurídicos]; asesoramiento jurídico; asesoramiento jurídico en materia de franquicias; asesoramiento jurídico para responder a convocatorias de licitación; asesoramiento jurídico para responder a solicitudes de propuestas [rfps]; asesoramiento jurídico relacionado con franquicias; auditoría de cumplimiento jurídico; consultoría en materia de auditoría de cumplimiento jurídico; ejecución testamentaria [servicios jurídicos]; facilitación de información en materia de asuntos jurídicos; facilitación de información sobre servicios jurídicos a través de un sitio web; gestión y explotación de derechos de propiedad industrial y derechos de autor mediante la concesión de licencias a terceros [servicios jurídicos]; mediación en cuanto servicios jurídicos; mediación en procedimientos jurídicos; preparación de dictámenes jurídicos; preparación de informes jurídicos en materia de derechos humanos; prestación de asesoramiento y consejo en materia de tramitación de solicitudes de visado e inmigración [servicios jurídicos]; representación y asesoramiento jurídicos; servicios de auditoría de cumplimiento jurídico; servicios jurídicos; servicios jurídicos en caso de litigio; servicios jurídicos en el ámbito de la inmigración; servicios parajurídicos; suministro de información relativa a servicios jurídicos; supervisión de marcas comerciales [servicios jurídicos].

Ref. Expediente N° SD2025/0087083

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
Mixta	ALTO	ALTO S.A.	07127893	8	42	Marca	Registrada	30 sept. 2028
Mixta	ALTO	ALTO S.A.	07127892	8	45	Marca	Registrada	30 sept. 2028

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

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° SD2025/0087083

Jurisprudencia

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 entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente. 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 las mismas.

En el análisis conceptual de los signos confrontados, se advierte una coincidencia relevante en la idea que ambos evocan en la mente del consumidor. En efecto, la expresión “ALTIUM” corresponde a una forma latina derivada del término *altus*, cuyo significado se traduce al español como “alto”.

En este sentido, el signo solicitante transmite conceptualmente la idea de alto nivel, mensaje que coincide de manera directa con el concepto expresado de forma explícita en el signo antecedente ‘ALTO’; lo anterior, teniendo en cuenta que la adición del término “LEGAL” no constituye un derrotero de diferenciación por tratarse de una expresión explicativa del servicio que representa.

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 servicios⁴.

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° SD2025/0087083

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

45: Aplicación de derechos de marcas [servicios jurídicos]; aplicación de derechos de propiedad intelectual [servicios jurídicos]; asesoramiento jurídico; asesoramiento jurídico en materia de franquicias; asesoramiento jurídico para responder a convocatorias de licitación; asesoramiento jurídico para responder a solicitudes de propuestas [rfps]; asesoramiento jurídico relacionado con franquicias; auditoría de cumplimiento jurídico; consultoría en materia de auditoría de cumplimiento jurídico; ejecución testamentaria [servicios jurídicos]; facilitación de información en materia de asuntos jurídicos; facilitación de información sobre servicios jurídicos a través de un sitio web; gestión y explotación de derechos de propiedad industrial y derechos de autor mediante la concesión de licencias a terceros [servicios jurídicos]; mediación en cuanto servicios jurídicos; mediación en procedimientos jurídicos; preparación de dictámenes jurídicos; preparación de informes jurídicos en materia de derechos humanos; prestación de asesoramiento y consejo en materia de tramitación de solicitudes de visado e inmigración [servicios jurídicos]; representación y asesoramiento jurídicos; servicios de auditoría de cumplimiento jurídico; servicios jurídicos; servicios jurídicos en caso de litigio; servicios jurídicos en el ámbito de la inmigración; servicios parajurídicos; suministro de información relativa a servicios jurídicos; supervisión de marcas comerciales [servicios jurídicos].

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Servicios
07127893	(42): servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativos a ellos; servicios de análisis y de investigación industrial; diseño y desarrollo de ordenadores y software; servicios jurídicos.
07127892	(45): servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales; servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 45 internacional de las marcas confrontadas (Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que, aun cuando se trata de servicios que no son idénticos, no puede desconocerse que corresponden a un mismo género -servicios prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales-, por lo que el consumidor equivocadamente entenderá que el empresario encargado de un determinado tipo de elementos ha incursionado dentro del mismo género para otros servicios. Lo anterior configura 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.”

Aunado a lo anterior, los artículos en mención, pueden compartir los mismos canales configurando así una mayor conexidad competitiva, siendo normal encontrar en el

Ref. Expediente N° SD2025/0087083

mercado establecimientos donde se provean ambos tipos de productos, generando con esto la equivocada noción de que se trata de servicios que provienen de un mismo empresario o que el signo que se pretende registrar constituye una innovación de la marca ya registrada.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 42 y los servicios de la clase 45 internacional

De lo anterior se establece que el signo solicitado pretende identificar servicios comprendidos en la clase 45 de la Clasificación Internacional de Niza versión 12, y el signo registrado previamente identifica servicios comprendidos en la clase 42 del mismo nomenclátor internacional, pero la versión 8; sin embargo, ambas clases, en su momento, se refieren al mismo tipo de servicios “servicios jurídicos”. Por lo cual, considera esta Dirección que existe conexidad competitiva, como quiera que los signos identifican el mismo tipo de servicios, circunstancias que haría incurrir al consumidor en confusión, al creer que esta ante prestaciones ofrecidas por un mismo empresario, cuando en realidad no es así.

En efecto, al dar aplicación a la teoría mencionada, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos 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 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,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la marca **Altium Legal** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 45 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por JUAN DIEGO GÓMEZ SALDARRIAGA, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a JUAN DIEGO GÓMEZ SALDARRIAGA, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y

⁵ 45: Aplicación de derechos de marcas [servicios jurídicos]; aplicación de derechos de propiedad intelectual [servicios jurídicos]; asesoramiento jurídico; asesoramiento jurídico en materia de franquicias; asesoramiento jurídico para responder a convocatorias de licitación; asesoramiento jurídico para responder a solicitudes de propuestas [rfps]; asesoramiento jurídico relacionado con franquicias; auditoría de cumplimiento jurídico; consultoría en materia de auditoría de cumplimiento jurídico; ejecución testamentaria [servicios jurídicos]; facilitación de información en materia de asuntos jurídicos; facilitación de información sobre servicios jurídicos a través de un sitio web; gestión y explotación de derechos de propiedad industrial y derechos de autor mediante la concesión de licencias a terceros [servicios jurídicos]; mediación en cuanto servicios jurídicos; mediación en procedimientos jurídicos; preparación de dictámenes jurídicos; preparación de informes jurídicos en materia de derechos humanos; prestación de asesoramiento y consejo en materia de tramitación de solicitudes de visado e inmigración [servicios jurídicos]; representación y asesoramiento jurídicos; servicios de auditoría de cumplimiento jurídico; servicios jurídicos; servicios jurídicos en caso de litigio; servicios jurídicos en el ámbito de la inmigración; servicios parajurídicos; suministro de información relativa a servicios jurídicos; supervisión de marcas comerciales [servicios jurídicos].

Resolución N° 1073

Ref. Expediente N° SD2025/0087083

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 5 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS