

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3166

Ref. Expediente N° SD2025/0033092

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 abril de 2025, A.J TECH SERVICES & CONSULTING S.A.S., solicitó el registro de Marca TuringSales (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1071, 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.

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,

¹ 42: Plataformas para inteligencia artificial en forma de software como servicio [saas]; software como servicio [saas].

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0033092

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	Shannon & Turing Technology	SYNERGIA INVERSIONES Y NEGOCIOS S.A.S	SD2023/0121969	12	9, 42	Marca	Bajo Examen de Fondo	15 feb. 2024
Mixta	AI Turing Artificial Intelligence	AI TURING S.A.S.	SD2023/0023187	11	9, 42	Marca	Registrada	04 sept. 2034
Figurativa		Lemon Inc.	SD2020/0097642	11	38	Marca	Registrada	22 dic. 2031
Figurativa		Lemon Inc.	SD2020/0097646	11	42	Marca	Registrada	28 feb. 2032
Figurativa		Lemon Inc.	SD2020/0097651	11	9	Marca	Registrada	28 feb. 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

-
- 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° SD2025/0033092

El signo solicitado	Las marcas registradas
	  

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”.

En cuanto a la comparación entre marcas mixtas y gráficas, el Tribunal Andino de Justicia en el Proceso 0158-IP-2012 ha preceptuado que:

“Las marcas gráficas son definidas como un signo visual porque se dirige a la vista a fin de evocar una figura que se caracteriza por su configuración o forma externa; lo predominante en esta clase de marca, es el sujeto escogido en su forma gráfica. Entonces, en una marca gráfica se debe tomar en cuenta el efecto visual que la figura, apreciada en su conjunto, causa sobre la actitud y reacción normal del público consumidor. El hecho de que el producto o servicio sea más agradable a la vista añade valor estético y comercial a dicho producto o servicio, lo que lo hace más competitivo en el mercado. El cotejo de marcas figurativas requiere de un examen más elaborado, pues en este caso debe ofrecerse protección tanto al aspecto gráfico y al ideológico, así como a lo concerniente a la suficiente distintividad en relación con derechos de terceros. En el análisis deberá efectuarse una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe. En la comparación de marcas mixtas y figurativas, si la denominación de la marca mixta causa mayor impacto, no podrá generar riesgo de confusión con una marca figurativa, ya que el distintivo de la primera estará en el conjunto pronunciable y el de la otra en la imagen y el concepto que expresa la marca figurativa”.

Análisis comparativo



Ref. Expediente N° SD2025/0033092

El presente análisis de registrabilidad se realiza considerando que los signos objeto de comparación corresponden a marcas mixtas y figurativas. La marca solicitada está compuesta por un elemento nominativo, representado por la expresión "**TuringSales**", y un elemento gráfico. Por su parte, las marcas citadas como antecedentes están conformadas por marcas mixtas como es el caso de los signos distintivos previamente registrados SHANNON & **TURING** TECHNOLOGY / AI **TURING** ARTIFICIAL INTELLIGENCE y los demás exclusivamente por elementos figurativos.

En primera medida, realizaremos el cotejo entre el signo distintivo solicitado para registro y las marcas mixtas antecedentes SHANNON & **TURING** TECHNOLOGY / AI **TURING** ARTIFICIAL INTELLIGENCE. Esta Dirección observa claras semejanzas ortográficas y fonéticas en los vocablos predominantes en cada uno de los signos confrontados, elemento relevante en la configuración del signo y que resalta respecto de los demás.

En efecto, al apreciarlos en conjunto de forma sucesiva y no simultánea, se observa que son ortográfica y fonéticamente similares comoquiera que el signo solicitado en su conjunto marcario incorpora la expresión relevante y con aptitud distintiva de la marca previamente registrada, es decir, el término "**TURING**". Al respecto, es preciso destacar que si bien el signo solicitado contiene elementos nominativos adicionales, tales como la expresión "**SALES**", no es posible desconocer que el elemento reproducido, dadas sus características arbitrarias, así como su disposición dentro del conjunto marcario es el que goza de mayor relevancia, por ende, la presencia de este elemento coincidente en ambas marcas generaría una percepción similar de los signos entendiendo equivocadamente que provienen de un mismo origen empresarial.

Por otro lado, aunque el signo solicitado incorpora elementos gráficos, es preciso señalar que estos no generan una diferenciación sustancial que permita su acceso al registro. Esto se debe a que el componente predominante y de mayor impacto es el elemento denominativo, dado que este será el utilizado principalmente por los consumidores al momento de identificar o solicitar los servicios amparados por el signo. En consecuencia, la fuerza distintiva del signo radica esencialmente en su parte denominativa, lo que refuerza la necesidad de evaluar las similitudes frente a los signos previamente registrados.

Ahora bien, en cuanto al análisis respecto de los signos antecedentes de carácter figurativo, se observa que existen similitudes relevantes en el componente gráfico de los signos enfrentados, el cual constituye un elemento preponderante en la configuración del conjunto marcario y posee un alto impacto visual. En tal sentido, dichas semejanzas gráficas resultan determinantes al momento de evaluar el riesgo de confusión entre los signos en conflicto.

Como elemento gráfico, se observa que los signos en comparación incorporan una figura compuesta por dos globos de diálogo superpuestos, similares a los bocadillos utilizados en historietas o cómics para representar conversaciones. Estos gráficos no solo comparten una estructura y disposición visual muy similares, sino que también reivindican los mismos colores que son el rosado, negro y naranja, siendo este último el predominante en los conjuntos marcarios analizados. La coincidencia en estos elementos no es menor, ya que se trata de imágenes que evocan la idea de comunicación, interacción o diálogo, especialmente en contextos como la atención al cliente o la prestación de servicios mediante herramientas conversacionales.

Esta similitud gráfica incrementa el riesgo de confusión o asociación indebida entre los signos distintivos y puede inducir en error al público consumidor respecto del origen empresarial de los servicios que se pretenden identificar con el signo solicitado.

Ref. Expediente N° SD2025/0033092

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.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

42: Plataformas para inteligencia artificial en forma de software como servicio [saas]; software como servicio [saas].

Los signos previamente registrados o solicitados identifican:

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

SD2023/0121969	(9): Aplicaciones de software de computador; aplicaciones de software de computador de transmisión en continuo de contenidos multimedia audiovisuales por internet; aplicaciones de software de ordenador de transmisión en continuo de contenidos multimedia audiovisuales por internet; aplicaciones de software informático; aplicaciones de software informático para ser utilizadas en entornos virtuales; aplicaciones de software para mundos virtuales; plataformas de software informático; productos de software; software de aplicación; software de aplicación para entornos virtuales..
-----------------------	---

SD2023/0023187	(9): Aplicaciones de software informático para uso con inteligencia artificial; programas informáticos descargables de inteligencia artificial en el ámbito de los motores de búsqueda; programas informáticos descargables de inteligencia artificial en el ámbito del marketing; programas informáticos descargables de inteligencia artificial para el análisis del crecimiento de los ingresos de la industria de bienes de consumo; programas informáticos descargables de inteligencia artificial para el desarrollo de modelos de predicción; software de inteligencia artificial y de aprendizaje automatizado; software informático descargable de inteligencia artificial para modelos de datos; software informático descargable que utiliza la inteligencia
-----------------------	--

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° SD2025/0033092

artificial para análisis de datos; software para la integración de la inteligencia artificial y el aprendizaje automático en el campo de datos a gran escala.

(42): Suministro de software informático no descargable para uso en el modelado en el ámbito de la inteligencia artificial; suministro de software informático no descargable para uso en la manipulación de colecciones de datos definidos por el usuario en el ámbito de la inteligencia artificial.

SD2020/0097642 (38): Prestación de servicios de aplicaciones de internet para comunicaciones; servicios de envío de mensajes sms/de aplicaciones; transmisión de información sobre aplicaciones a través de internet; servicios de búsqueda de aplicaciones de teléfonos inteligentes; comunicación a través de redes privadas virtuales [VPN]; entrega electrónica de imágenes y fotografías a través de una red informática global; servicios de transmisión de datos y de telecomunicaciones; servicios de telecomunicaciones para proporcionar acceso a datos/sonidos o imágenes; transmisión de texto/foto/vídeo/enlaces a través de la aplicación del teléfono inteligente; transmisión de información a través de aplicaciones para teléfonos inteligentes; transmisión, difusión y recepción de audio, vídeo, imágenes fijas y en movimiento, texto y datos; transferencia de datos a través de servicios en línea; servicios de intercambio entre pares (P2P); servicios de acceso a portales de intercambio de vídeos en internet.

SD2020/0097646 (42): Suministro de aplicaciones de software a través de un sitio web; alojamiento de instalaciones web en línea para que otros compartan el contenido en línea; alojamiento de plataformas en internet; programación de computadoras; diseño de software; almacenamiento electrónico de datos; software como servicios de servicios (SAAS); servicios informáticos en la nube; provisión de un sitio web para el almacenamiento electrónico de fotografías y vídeos digitales; alojamiento de contenidos digitales en internet; alojamiento de contenido de ocio multimedia; alojamiento de aplicaciones multimedia y de aplicaciones interactivas; alojamiento de sitios web.

SD2020/0097651 (9): Programas de aplicación; software de aplicación para teléfono inteligente; aplicaciones informáticas descargables; software de aplicaciones descargable para teléfonos inteligentes; software de aplicación que ofrece a los usuarios de computadoras la posibilidad de cargar, intercambiar y compartir videos, audios, imágenes, noticias, texto, información, comentarios, enlaces, todo lo anterior no se relaciona con ningún tipo de aparato de control o con software relativo a proyectos de energía renovable.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 42 internacional de las marcas confrontadas (Identidad de servicios)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos/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.

Ref. Expediente N° SD2025/0033092

No obstante, no hay duda de la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de productos. En efecto, se puede observar que las marcas identifican software como servicio [saas], por lo cual el consumidor puede elegir entre unos u otros para satisfacer la misma necesidad. Con ello, se acredita lo dispuesto por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. De igual forma, la marca solicitada reivindica servicios de plataformas para inteligencia artificial en forma de software como servicio [saas], servicios en los que se encuentran incluidos dentro de los servicios de software como servicio, generando una relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

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.

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 y la identidad referida de servicios genera un alto riesgo de confusión del consumidor quien puede creer erróneamente que está adquiriendo un servicio proveniente del mismo empresario o que dicho servicio se presenta como una nueva línea de servicios ofrecida en el mercado por el mismo empresario.

Conexidad entre los servicios de la clase 42 internacional y los productos de la clase 9 internacional (Principio de Razonabilidad)

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.

Para esta dirección existe conexidad entre los servicios y productos cotejados tomando en cuenta que pertenecen a un mismo campo relacionado con el software, compartiendo un mismo nicho comercial, por una parte encontramos la prestación de servicios de software y por otro los productos de software en este orden de ideas, es probable que en la prestación de los servicios en mención se ponga a disposición de los consumidores aquellos programas informáticos, por ende, dadas las similitudes de los signos y la conexidad existentes es razonable que puedan ser relacionados a un mismo origen empresarial, hecho que es contrario a la realidad.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 42 y los servicios de la clase 38 internacional (Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que, aunque estamos ante productos que no están ubicados en la misma clase del nomenclador internacional, existe la posibilidad de que los servicios de plataformas para inteligencia artificial en forma de software como servicio [saas], software como servicio [saas], sean ofrecidos por el mismo empresario que ofrece servicios de suministro de aplicaciones de

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

Ref. Expediente N° SD2025/0033092

software a través de un sitio web, programación de computadoras, diseño de software; almacenamiento electrónico de datos, y en general, software como servicios de servicios (SAAS), determinando la eventualidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes. Configurándose así el 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.”

Adicionalmente, los servicios relacionados con software y plataformas basadas en inteligencia artificial suelen compartir los mismos canales de comercialización, promoción y publicidad, lo que incrementa el grado de conexidad competitiva entre los signos comparados. Es habitual que estos productos o servicios se ofrezcan en los mismos entornos comerciales, como tiendas virtuales, plataformas tecnológicas o servicios empresariales integrados, lo cual puede generar en el consumidor la falsa impresión de que provienen del mismo origen empresarial o que el signo solicitado constituye una extensión, actualización o innovación de una marca previamente registrada, aumentando así el riesgo de confusión o asociación.

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 TuringSales (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por A.J TECH SERVICES & CONSULTING S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a A.J TECH SERVICES & CONSULTING S.A.S., 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

⁶ 42: Plataformas para inteligencia artificial en forma de software como servicio [saas]; software como servicio [saas].

Resolución N° 3166

Ref. Expediente N° SD2025/0033092

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 16 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

