

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3356

Ref. Expediente N° SD2025/0092702

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 11 de septiembre de 2025, Adriana Maria Henao Gomez, solicitó el registro de la Marca Simplixity (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35, 41 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1082, 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

¹ **35:** Asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento y consultoría en materia de dirección de empresas; asesoramiento y consultoría en negocios; asistencia y consultoría en organización y gestión de negocios; consultoría comercial; consultoría comercial en materia de marketing; consultoría de dirección de negocios; consultoría de empresas; consultoría de empresas en materia de marketing; consultoría de gestión de empresas; consultoría de investigación de mercado; consultoría de marketing en el ámbito de los medios sociales; consultoría de negocios; consultoría de negocios en materia de marketing; consultoría de negocios para las empresas sin fines de lucro en el marco de los servicios de incubadora de empresas; consultoría de organización y dirección de negocios; consultoría de organización y gestión de negocios; consultoría empresarial; consultoría empresarial en materia de marketing; consultoría empresarial sobre publicidad; consultoría en estudios de mercado; consultoría en marketing; consultoría en marketing empresarial; consultoría en materia de marcas; consultoría en materia de marketing; consultoría en materia de publicidad; consultoría en publicidad; consultoría en publicidad y marketing; consultoría en publicidad y mercadotecnia; consultoría sobre demografía con fines de marketing.

41: Capacitación; capacitación en informática; capacitación en materia de procesamiento de datos; conducción de seminarios de capacitación; consultoría en materia de formación en el ámbito de la capacitación profesional; consultoría sobre formación en el ámbito de la capacitación profesional; formación en el ámbito de la capacitación profesional; talleres de capacitación.

42: Consultoría en materia de diseño y de desarrollo de software; consultoría sobre diseño y desarrollo de software; desarrollo de software; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia; desarrollo de software de procesamiento de imágenes; desarrollo de software informático para terceros; desarrollo de software para terceros; servicios de desarrollo de software; software como servicio [saas] que contienen software que utiliza inteligencia artificial para uso en el desarrollo de software; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito de la computación de alto rendimiento; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito de la inteligencia artificial; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito del aprendizaje automático; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito del aprendizaje profundo; suministro de información relacionada con el diseño y desarrollo de software informático; suministro de información sobre el diseño y el desarrollo de software.

Ref. Expediente N° SD2025/0092702

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)"

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0092702

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	SIMPLICITY	MANAGILIA S.A.S.	15278407	10	35, 36, 37	Marca	Registrada	20 abr. 2026
Mixta	SIMPLEXITY	SIMPLEXITY S.A.	08048858	9	42	Marca	Registrada	27 jul. 2029

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

Comparación entre marcas mixtas

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

De acuerdo a las reglas jurisprudenciales expuestas, es el elemento nominativo de cada signo el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos/servicios protegidos con estos signos, además del hecho de que el elemento denominativo es el que tiene un grado de recordación más alto en la mente de consumidor y puede ser asociado a los productos que identifica en mayor medida que el elemento gráfico.

Esta Dirección encuentra que los signos analizados SIMPLIXITY / SIMPLICITY, SIMPLEXITY son similarmente confundibles en su conjunto, al realizar el análisis comparativo de acuerdo con establecido por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en la jurisprudencia previamente citada.



Ref. Expediente N° SD2025/0092702

En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce parcialmente la parte relevante de los signos antecedentes.

En efecto, al cotejar SIMPLIXITY / SIMPLICITY se evidencia que coinciden en las siguientes consonantes y vocales, a saber: “S-I-M-P-L-I-_-I-T-Y” bajo el mismo orden y disposición; sin que el cambio de la letra C por X sea derrotero suficiente de diferenciación dado que se trata de letras con una sonoridad similar.

Ahora bien, haciendo el mismo análisis para SIMPLIXITY, SIMPLEXITY se evidencia que coinciden en las siguientes consonantes y vocales, a saber: “S-I-M-P-L-_-X-I-T-Y” bajo el mismo orden y disposición; sin que el cambio de la letra E por I logre superar las similitudes entre los signos.

De forma tal que, en los casos analizados, dadas las similitudes denotadas es posible que el consumidor interprete que se encuentra ante una variación de la marca que ya conoce.

Adicionalmente, es necesario recordar que el consumidor medio, habitualmente, no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto en su memoria de los signos en cuestión y que, además el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos. Por lo tanto, los referidos signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

35: Asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento y consultoría en materia de dirección de empresas; asesoramiento y consultoría en negocios; asistencia y consultoría en organización y gestión de negocios; consultoría comercial; consultoría comercial en materia de marketing; consultoría de dirección 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° SD2025/0092702

negocios; consultoría de empresas; consultoría de empresas en materia de marketing; consultoría de gestión de empresas; consultoría de investigación de mercado; consultoría de marketing en el ámbito de los medios sociales; consultoría de negocios; consultoría de negocios en materia de marketing; consultoría de negocios para las empresas sin fines de lucro en el marco de los servicios de incubadora de empresas; consultoría de organización y dirección de negocios; consultoría de organización y gestión de negocios; consultoría empresarial; consultoría empresarial en materia de marketing; consultoría empresarial sobre publicidad; consultoría en estudios de mercado; consultoría en marketing; consultoría en marketing empresarial; consultoría en materia de marcas; consultoría en materia de marketing; consultoría en materia de publicidad; consultoría en publicidad; consultoría en publicidad y marketing; consultoría en publicidad y mercadotecnia; consultoría sobre demografía con fines de marketing.

41: Capacitación; capacitación en informática; capacitación en materia de procesamiento de datos; conducción de seminarios de capacitación; consultoría en materia de formación en el ámbito de la capacitación profesional; consultoría sobre formación en el ámbito de la capacitación profesional; formación en el ámbito de la capacitación profesional; talleres de capacitación.

42: Consultoría en materia de diseño y de desarrollo de software; consultoría sobre diseño y desarrollo de software; desarrollo de software; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia; desarrollo de software de procesamiento de imágenes; desarrollo de software informático para terceros; desarrollo de software para terceros; servicios de desarrollo de software; software como servicio [saas] que contienen software que utiliza inteligencia artificial para uso en el desarrollo de software; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito de la computación de alto rendimiento; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito de la inteligencia artificial; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito del aprendizaje automático; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito del aprendizaje profundo; suministro de información relacionada con el diseño y desarrollo de software informático; suministro de información sobre el diseño y el desarrollo de software.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente	Productos y/o servicios
15278407	(35): servicios prestados por personas o por establecimientos de comercio que se encargan esencialmente de la compra, venta, distribución, comercialización, exportación e importación de todo tipo de mercancías o productos o de servicios; reagrupamiento, por cuenta de terceros, de productos diversos (con excepción de su transporte), permitiendo a los consumidores examinar y comprar estos productos con comodidad; <u>promoción de ventas para terceros; organización de ferias o exposiciones con fines comerciales o de publicidad</u> ; servicios prestados por y para proyectos residenciales, que encierran cierta filosofía especial y son repetibles en el tiempo. (36): servicios, administración y gestión de bienes inmuebles, arrendamiento de bienes inmuebles, asistencia en la adquisición de bienes inmuebles, consulta en materia de compra de bienes inmuebles, evaluación y tasación de bienes inmuebles; promoción de proyectos inmobiliarios, servicios de adquisición de bienes inmuebles, servicios de cesión de arrendamiento de bienes inmuebles, valoración de bienes inmuebles, servicios de agencia para la venta bajo comisión

Ref. Expediente N° SD2025/0092702

de inmuebles, en relación con y para proyectos residenciales, que encierran cierta filosofía especial y son repetibles en el tiempo.

(37): construcción de todo tipo de obra; reparación; servicios de instalación en el ramo de la construcción, desarrollo y promoción de nuevos proyectos, en relación con y para proyectos residenciales, que encierran cierta filosofía especial y son repetibles en el tiempo.

08048858

(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 programas de ordenador (software).

Relación género- especie de servicios de clases 35 y 42 solicitados

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. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos relación género- especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

En primer lugar, se observa que dentro de los servicios de consultoría comercial en materia de marketing; consultoría de dirección de negocios, consultoría en materia de marcas; consultoría en materia de marketing; consultoría en materia de publicidad; consultoría en publicidad; consultoría en publicidad y marketing; consultoría en publicidad y mercadotecnia de la marca solicitada **en clase 35**, se encuentran los servicios de promoción de ventas para terceros; organización de ferias o exposiciones con fines comerciales o de publicidad de la marca previa (exp. 15278407)

Por otra parte, dentro de los servicios de diseño y desarrollo de ordenadores y programas de ordenador (software), de la marca previa (exp. 08048858) **en clase 42** se encuentran los servicios de consultoría sobre diseño y desarrollo de software; desarrollo de software y otros de la marca solicitada.

Todo lo cual perfecciona la relación de GÉNERO- ESPECIE antedicha, por lo que no se requiere mayor análisis para acreditar los criterios de conexidad competitiva dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 41 solicitados y los servicios de la clase 42 previos (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 servicios ubicados en diferentes clases, conforme a las prácticas comerciales del mercado actual, el consumidor podría creer que el empresario dedicado a prestar servicios de diseño y desarrollo de software (clase 42 previa) ha decidido ampliar los servicios ofertados, prestando a su vez servicios educativos y de capacitación en informática (clase 41 solicitada)

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

Ref. Expediente N° SD2025/0092702

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.”

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 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 1: Negar el registro de la Marca Simplixity (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Adriana Maria Henao Gomez, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca Simplixity (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Adriana Maria Henao Gomez, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca Simplixity (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por Adriana Maria Henao Gomez, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Notificar de esta resolución a Adriana Maria Henao Gomez, 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.

⁵ **35:** Asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento y consultoría en materia de dirección de empresas; asesoramiento y consultoría en negocios; asistencia y consultoría en organización y gestión de negocios; consultoría comercial; consultoría comercial en materia de marketing; consultoría de dirección de negocios; consultoría de empresas; consultoría de empresas en materia de marketing; consultoría de gestión de empresas; consultoría de investigación de mercado; consultoría de marketing en el ámbito de los medios sociales; consultoría de negocios; consultoría de negocios en materia de marketing; consultoría de negocios para las empresas sin fines de lucro en el marco de los servicios de incubadora de empresas; consultoría de organización y dirección de negocios; consultoría de organización y gestión de negocios; consultoría empresarial; consultoría empresarial en materia de marketing; consultoría empresarial sobre publicidad; consultoría en estudios de mercado; consultoría en marketing; consultoría en marketing empresarial; consultoría en materia de marcas; consultoría en materia de marketing; consultoría en materia de publicidad; consultoría en publicidad; consultoría en publicidad y marketing; consultoría en publicidad y mercadotecnia; consultoría sobre demografía con fines de marketing.

⁶ **41:** Capacitación; capacitación en informática; capacitación en materia de procesamiento de datos; conducción de seminarios de capacitación; consultoría en materia de formación en el ámbito de la capacitación profesional; consultoría sobre formación en el ámbito de la capacitación profesional; formación en el ámbito de la capacitación profesional; talleres de capacitación.

⁷ **42:** Consultoría en materia de diseño y de desarrollo de software; consultoría sobre diseño y desarrollo de software; desarrollo de software; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia; desarrollo de software de procesamiento de imágenes; desarrollo de software informático para terceros; desarrollo de software para terceros; servicios de desarrollo de software; software como servicio [saas] que contienen software que utiliza inteligencia artificial para uso en el desarrollo de software; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito de la computación de alto rendimiento; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito de la inteligencia artificial; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito del aprendizaje automático; suministro de herramientas de desarrollo de software informático no descargable en el ámbito del aprendizaje profundo; suministro de información relacionada con el diseño y desarrollo de software informático; suministro de información sobre el diseño y el desarrollo de software.

Resolución N° 3356

Ref. Expediente N° SD2025/0092702

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS