

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 3941

Ref. Expediente N° SD2025/0016237

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 27 de febrero de 2025, PROEXEQUIAL S A S, solicitó el registro de la Marca PROEXEQUIAL (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 16, 25, 35, 36, 39 y 45 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1061, 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

¹ **16:** Revistas, folletos, libros, afiches, fotografías, tarjetas de presentación, brochure, facturas de compra y venta, papelería, artículos de oficina (excepto muebles); cliché, material de instrucción o enseñanza (excepto aparatos).

25: Prendas de vestir, calzado, artículos de sombrerería.

35: Servicios de importación y exportación de bienes relacionados con los servicios funerarios, servicios de publicidad, venta y distribución de cofres fúnebres, realizar negocios a nombre de terceros por medio de representación de empresas extranjeras y nacionales en todo lo relacionado con los servicios funerarios. composición de páginas con fines publicitarios, vender y comprar electrodomésticos y vehículos de todo tipo. consultoría en dirección de negocios, consultoría en materia de recursos humanos.

36: Seguros y negocios financieros.

39: Transporte de personas y mercancías a nivel nacional.

45: Servicios de previsión exequial.

Ref. Expediente N° SD2025/0016237

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° SD2025/0016237

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	PRO-EXEQUIAL OCHOA	PRO-EXEQUIAL OCHOA S.A.S.	10005956	9	36	Marca	Registrada	30 de julio de 2030
Mixta	RESURGIR PROEXEQUIALES	PROEXEQUIALES RESURGIR S.A.	11031941	9	45	Marca	Registrada	23 de agosto de 2031
Mixta	Resurgir PROEXEQUIALES	PROEXEQUIALES RESURGIR S.A.	SD2022/0045754	11	45	Marca	Registrada	6 de octubre de 2032
Mixta	PROEXEQUIALES RESURGIR Y CASA DE FUNERALES	PROEXEQUIALES RESURGIR S.A.	08091246	9	45	Marca	Registrada	26 de marzo de 2029
Mixta	PRO-EXEQUIAL OCHOA	PRO-EXEQUIAL OCHOA S.A.S.	10005953	9	45	Marca	Registrada	30 de julio de 2030

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	PRO-EXEQUIAL OCHOA  Resurgir PROEXEQUIALES  Resurgir PROEXEQUIALES  PRO-EXEQUIAL OCHOA  PRO-EXEQUIAL OCHOA 

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el signo solicitado PROEXEQUIAL frente a las marcas registradas RESURGIR PROEXEQUIALES / Resurgir PROEXEQUIALES / PROEXEQUIALES RESURGIR Y CASA DE FUNERALES / PRO-EXEQUIAL OCHOA/ PRO-EXEQUIAL OCHOA presenta similitudes en el elemento denominativo siendo este



Ref. Expediente N° SD2025/0016237

predominante y por el cual un consumidor identifica una determinada serie de prestaciones o bienes en al mercado asociados a un signo distintivo.

Así, el signo solicitado reproduce parcialmente el elemento denominativo de los signos previamente registrados, al incorporar de manera íntegra la expresión “PROEXEQUIAL”, sin que los elementos adicionales consistentes en la representación gráfica de un árbol estilizado y el uso de una tipografía particular resulten suficientes para superar la coincidencia frente al elemento denominativo en común de los antecedentes marcarios, pudiendo llevar al consumidor a atribuir los signos a un mismo origen empresarial o a considerar que se trata de una extensión o variante de la familia de marcas asociada a PROEXEQUIALES RESURGIR S.A. o, alternativamente, a generar una asociación con la marca PRO-EXEQUIAL OCHOA S.A.S.

En consecuencia, el elemento nominativo sobresaliente del signo solicitado forma parte esencial de los signos antecedentes, configurándose una reproducción parcial relevante, sin que los demás elementos del signo solicitado resulten idóneos para permitir al consumidor una diferenciación clara y efectiva de los signos concurrentes en el mercado.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

Dentro de los productos Servicios a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

35: Servicios de importación y exportación de bienes relacionados con los servicios funerarios, servicios de publicidad, venta y distribución de cofres fúnebres, realizar negocios a nombre de terceros por medio de representación de empresas extranjeras y nacionales en todo lo relacionado con los servicios funerarios. composición de páginas con fines publicitarios, vender y comprar electrodomésticos y vehículos de todo tipo. consultoría en dirección de negocios, consultoría en materia de recursos humanos.

36: Seguros y negocios financieros.

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° SD2025/0016237

39: Transporte de personas y mercancías a nivel nacional.

45: Servicios de previsión exequial.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente	Servicios
10005956	Clase 36: Seguros; negocios financieros; negocios monetarios; negocios inmobiliarios.
11031941	Clase 45: Servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales; servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas.
SD2022/0045754	Clase 45: Celebración de ceremonias funerarias; servicios de funerarias; servicios de organización de funerales; servicios funerarios; servicios funerarios, incluida la cremación; organización de reuniones de familiares de difuntos para conmemorar su fallecimiento.
08091246	Clase 45: Servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades individuales; servicios funerarios y exequiales.
10005953	Clase 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 servicios de la misma Clase 36 de la clasificación internacional Niza

Esta Dirección resalta que los signos distintivos no identifican clases en abstracto, sino productos o servicios específicos, y que dentro de una misma clase pueden coexistir servicios incluidos principalmente por criterios de finalidad general, sin que ello suponga necesariamente la concurrencia de otros factores que permitan atribuirles un mismo origen empresarial.

No obstante, en el caso objeto de análisis resulta ostensible la relación entre los servicios de seguros y negocios financieros pretendidos con el signo solicitado y aquellos amparados por el signo antecedente identificado con el Expediente No. 10005956, en la medida en que coinciden plenamente en su naturaleza, finalidad y función económica, configurándose así una conexión competitiva directa por identidad entre los servicios distinguidos por las marcas enfrentadas. Esta circunstancia genera el riesgo de que el consumidor adquiera erróneamente una línea de servicios sin distinguir con claridad su origen empresarial.

Conexión competitiva entre servicios de la misma Clase 45 internacional Niza

Este Despacho observa que el signo solicitado guarda una relación directa con los signos previamente registrados, en particular con aquel identificado con el expediente No. 08091246, el cual distingue servicios funerarios y exequiales. Dichos servicios mantienen una relación de género a especie con los servicios de previsión exequial pretendidos con el signo solicitado en la clase 45, en la medida en que estos últimos constituyen una

Ref. Expediente N° SD2025/0016237

modalidad específica, anticipada y programada de los servicios funerarios y exequiales, orientada a garantizar su futura prestación.

En tal sentido, desde la perspectiva del consumidor medio, los servicios de previsión exequial no se perciben como autónomos o desvinculados de los servicios funerarios tradicionales, sino como una extensión natural de estos, lo que permite inferir razonablemente que pueden provenir de un mismo origen empresarial.

Por otro lado, los servicios identificados por el signo antecedente registrado bajo el expediente SD2022/0045754, correspondientes a la celebración de ceremonias funerarias; servicios de funerarias; organización de funerales; servicios funerarios, incluida la cremación; y organización de reuniones de familiares de difuntos para conmemorar su fallecimiento, comprenden el núcleo esencial de las prestaciones exequiales, orientadas a la atención integral de las necesidades que surgen con ocasión del fallecimiento de una persona.

En efecto los servicios de previsión exequial, pretendidos con el signo solicitado en la clase 45, constituyen una modalidad anticipada y programada de los mismos servicios funerarios y exequiales, en tanto su finalidad es garantizar, mediante la contratación previa, la futura prestación de dichas ceremonias, organizaciones y servicios funerarios, incluidos aquellos relacionados con la disposición final del cuerpo y los actos conmemorativos.

En este sentido, entre los servicios confrontados existe una clara relación de género a especie, pues los servicios funerarios y exequiales amparados por el signo antecedente representan el género, mientras que la previsión exequial configura una especie dentro de ese mismo conjunto de servicios, diferenciándose únicamente por el momento de su contratación y no por su naturaleza, finalidad o destinatario final.

Adicionalmente, los servicios funerarios, exequiales y de previsión exequial comparten canales de comercialización coincidentes, toda vez que son ofrecidos al público a través de los mismos establecimientos físicos funerarias, salas de velación y oficinas de atención al usuario como también plataformas digitales de servicios fúnebres. Por tanto, un mismo operador funerario puede comercializar de manera conjunta servicios funerarios inmediatos y planes de previsión exequial, utilizando idénticos mecanismos de promoción, venta y contratación. Esta coincidencia en los canales de comercialización refuerza la percepción del consumidor de que tales servicios provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas económicamente.

En tal sentido, desde la perspectiva del consumidor medio, los servicios de previsión exequial no se perciben como autónomos o desvinculados de los servicios funerarios tradicionales, sino como una extensión natural de estos, lo que permite inferir razonablemente que pueden provenir de un mismo origen empresarial al presentarse ante un consumidor medio.

Conexión competitiva entre servicios de la Clase 35 y servicios de la Clase 45 internacional Niza

Se advierte por esta instancia, respecto de la relación entre los servicios comprendidos en las clases 35 y 45, conforme al criterio de razonabilidad y en conformidad con la realidad del mercado y las prácticas comerciales habituales, que el consumidor podría atribuir un mismo origen empresarial por las coberturas enfrentadas. En efecto, resulta razonable que el público considere que el empresario que presta servicios funerarios, exequiales y de previsión exequial, identificados por los signos previamente registrados bajo los Expedientes Nos. SD2022/0045754 y 08091246, también se encargue, de

Ref. Expediente N° SD2025/0016237

manera directa o indirecta, de los servicios de importación, exportación, comercialización, venta y distribución de bienes vinculados a dichos servicios, pretendidos con el signo solicitado en la clase 35, tales como cofres fúnebres y demás insumos necesarios para la prestación del servicio exequial.

Esta inferencia se ve reforzada por la coincidencia en los canales de comercialización, dado que, en la práctica del mercado, es habitual que los operadores funerarios ofrezcan de manera integral tanto servicios funerarios y exequiales como planes de previsión exequial, a través de los mismos establecimientos físicos, tales como funerarias y salas de velación, e incluso mediante oficinas de atención al usuario y plataformas virtuales, así como por medio de alianzas comerciales con terceros.

En consecuencia, el consumidor podría concluir razonablemente que tales servicios y actividades provienen de un mismo empresario o de empresas vinculadas económicamente, configurándose un riesgo de asociación, en los términos definidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en el Proceso 136-IP-2019:

“El riesgo de asociación, consiste en la posibilidad de que el consumidor, aunque diferencie las marcas en conflicto y el origen empresarial del producto, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto y otra empresa tienen una relación o vinculación económica”

Conexión competitiva entre servicios de la Clase 39 y servicios de la Clase 45 internacional Niza

Esta Dirección encuentra acreditada la existencia de conexidad competitiva entre los servicios confrontados, conforme al criterio de razonabilidad, atendiendo a la realidad del mercado y a las prácticas habituales del sector, el consumidor medio podría razonablemente considerar que el empresario dedicado a la prestación de servicios funerarios y exequiales también ofrece, de manera directa o indirecta, los servicios de transporte, distribución y reparto de cofres fúnebres y demás bienes necesarios para la prestación integral del servicio exequial, o que dichos servicios son ejecutados por terceros con los cuales existe una relación económica o comercial.

La anterior integración funcional, habitual en el sector, refuerza la percepción de que dichos servicios se encuentran empresarialmente vinculados, ya sea por ser prestados por un mismo operador o por terceros que actúan bajo esquemas de colaboración comercial, lo que consolida la conexidad competitiva apreciada desde el criterio de razonabilidad.

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.”

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Ref. Expediente N° SD2025/0016237

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.

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a las clases 16 y 25 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)”

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca PROEXEQUIAL TE ACOMPAÑA (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por PROEXEQUIAL S A S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca PROEXEQUIAL TE ACOMPAÑA (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por PROEXEQUIAL S A S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca PROEXEQUIAL TE ACOMPAÑA (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 39 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por PROEXEQUIAL S A S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Negar el registro de la Marca PROEXEQUIAL TE ACOMPAÑA (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 45 de la Clasificación

⁵ **35:** Servicios de importación y exportación de bienes relacionados con los servicios funerarios, servicios de publicidad, venta y distribución de cofres fúnebres, realizar negocios a nombre de terceros por medio de representación de empresas extranjeras y nacionales en todo lo relacionado con los servicios funerarios. composición de páginas con fines publicitarios, vender y comprar electrodomésticos y vehículos de todo tipo. consultoría en dirección de negocios, consultoría en materia de recursos humanos.

⁶ **36:** Seguros y negocios financieros.

⁷ **39:** Transporte de personas y mercancías a nivel nacional.

Resolución N° 3941

Ref. Expediente N° SD2025/0016237

Internacional de Niza⁸, solicitada por PROEXEQUIAL S A S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO QUINTO: Notificar de esta resolución a PROEXEQUIAL 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 SEXTO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 21 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁸ 45: Servicios de previsión exequal.

