

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 4344

Ref. Expediente N° SD2025/0065067

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 3 de julio de 2025, Proyecto Más Colombia SAS, solicitó el registro de la Marca MÁS DEPORTES (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35, 38 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, 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 b) del artículo 135 de la Decisión 486

“No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad”.

Concepto de la norma

¹ **35:** Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina. Servicios de publicidad, difusión de anuncios publicitarios, servicios de publicidad a través de una red informática, servicios de suscripción a periódicos para terceros; suministro de espacios publicitarios en publicaciones periódicas; publicidad en diarios, folletos y publicaciones periódicas; puesta a disposición de espacios publicitarios en periódicos.

38: Servicios de telecomunicaciones, servicios de difusión mediante un medio de comunicación digital de columnas de opinión, servicios de comunicaciones a través de redes informativas. Transmisión de noticias; servicios de agencias de noticias; transmisión electrónica de noticias; transmisión de noticias e información sobre actualidades; servicios de acceso a portales web, de correo y de noticias.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales, servicios de producción, edición y distribución de información sobre actividades de entretenimiento, montaje de contenidos audiovisuales por internet, redacción y publicación de textos e imágenes no publicitarios como columna de opinión, reportajes. Edición de publicaciones periódicas; publicación de publicaciones periódicas; publicación multimedia de periódicos; publicación electrónica en línea de libros y publicaciones periódicas; publicación y edición de libros, periódicos y revistas.

Ref. Expediente N° SD2025/0065067

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *“el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores²”*.

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *“la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella³”*.

El tribunal distingue tanto *“una capacidad distintiva “intrínseca” como una capacidad distintiva “extrínseca”, la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos⁴”*.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:



El cual pretende identificar los siguientes servicios de la Clasificación Internacional de Niza:

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina. Servicios de publicidad, difusión de anuncios publicitarios, servicios de publicidad a través de una red informática, servicios de suscripción a periódicos para terceros; suministro de espacios publicitarios en publicaciones periódicas; publicidad en diarios, folletos y publicaciones periódicas; puesta a disposición de espacios publicitarios en periódicos.

38: Servicios de telecomunicaciones, servicios de difusión mediante un medio de comunicación digital de columnas de opinión, servicios de comunicaciones a través de redes informativas. Transmisión de noticias; servicios de agencias de noticias; transmisión

²Proceso 126-IP-2005. Interpretación prejudicial de los artículos 134 y 136, literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la consulta formulada por el Consejo de Estado de la República de Colombia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Expediente Interno N° 2002-00339. Actor: BRITISH AMERICAN TOBACCO COMPANY LIMITED. Marca mixta: “MARINE EXTRA SUAVE”.

³Op. Cit.

⁴Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 76-IP-2007 Interpretación prejudicial de los artículos 134, 135 literal j), 136 literal a), 201, 203 y 212 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, conforme a la solicitud presentada por la Segunda Sala del Tribunal Distrital N° 1 de lo Contencioso Administrativo de Quito de la República del Ecuador, e interpretación de oficio de los 135 literal k) y l), 146, 148, 150, 214, 218 y 219 de la misma Decisión. Signo: TEQUILA. Actor: TEQUILA CUERVO S.A. DE C.V. Proceso interno N° 10516 LYM.

Ref. Expediente N° SD2025/0065067

electrónica de noticias; transmisión de noticias e información sobre actualidades; servicios de acceso a portales web, de correo y de noticias.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales, servicios de producción, edición y distribución de información sobre actividades de entretenimiento, montaje de contenidos audiovisuales por internet, redacción y publicación de textos e imágenes no publicitarios como columna de opinión, reportajes. Edición de publicaciones periódicas; publicación de publicaciones periódicas; publicación multimedia de periódicos; publicación electrónica en línea de libros y publicaciones periódicas; publicación y edición de libros, periódicos y revistas.

Se observa que la marca objeto de análisis es de naturaleza mixta, compuesta por los términos “MAS DEPORTES”, en una tipografía y colores específicos, con los cuales se pretende identificar, entre otros, servicios de la clase 38 internacional tales como “*Servicios de telecomunicaciones, servicios de comunicaciones a través de redes informativas. servicios de agencias de noticias*” y clase 41 internacional, relacionados entre otros con “*servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales*”.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina frente a la distintividad ha manifestado en el proceso 89-IP-2021 lo siguiente, a saber:

“Para que un signo acceda a registro como marca, debe ser susceptible de representación gráfica y ser distintivo; es decir, debe poder diferenciarse de otros signos en el mercado. La distintividad está de la mano con el origen empresarial. El consumidor elige un producto o un servicio respecto de otros por sus cualidades como calidad, precio, presentación, entre otros, y a su vez está ligado al origen empresarial, toda vez que lo relaciona con su productor y origen. Por lo antes expuesto, el origen empresarial juega un papel importante pues para que el consumidor pueda elegir un producto o servicio respecto de otro, debe tener en claro de quien proviene y así evitar el riesgo de asociación”.

Así mismo, sobre el asunto (la distintividad), esta Entidad ha indicado que:

“(…) -además de ser su característica esencial- tiene como objeto otorgarle identidad a un signo para poder ser diferenciado e individualizado frente a otros. Dicha finalidad, tiene como efecto la posibilidad de que el consumidor pueda establecer claramente, dentro del mercado, cuál es la procedencia empresarial de cada uno de los servicios ofrecidos y como ella, la facultad para adquirirlos de acuerdo con la marca que le represente la maximización de su utilidad. Así, aunque las expresiones pretendidas a registro no designen el servicio mismo o sus características, intrínsecamente no podrían vincular al consumidor/usuario con un origen empresarial determinado, pues, al coincidir con la denominación que define al signo distintivo como tal, carece de la capacidad de generar una percepción como signo distintivo⁵”.

Frente al elemento nominativo del signo, se evidencia que el mismo tiene un contenido conceptual claro porque “MAS” de acuerdo con el Diccionario de la Real Academia Española refiere a “*Mayor número o cantidad de algo mencionado.*”, mientras que “DEPORTES” es “*Actividad física, ejercida como juego o competición*”, según la misma fuente.

Siendo, de cara a los usuarios de los servicios de clases 38 y 41, una expresión ampliamente conocida y usada, bien sea en los medios de comunicación o en las escuelas y eventos deportivos, para referirse a la amplia cantidad de deportes a los que se alude

⁵ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Superintendencia de Industria y Comercio. Ref. Expediente No. 08-99314. Por medio del cual se resuelve un recurso de apelación. Signo Distintivo: GANAS PORQUE GANAS, Titular: Asociación Gremial de Instituciones Financieras.

Ref. Expediente N° SD2025/0065067

en cada uno, de tal forma que en los programas de televisión, noticieros (clase 38), escuelas deportivas y similares es usual la utilización de las expresiones MAS DEPORTES para describir no solo la temática, sino el hecho de que se trata de un contenido variado.

Con lo anterior, los elementos que integran el signo “MAS DEPORTES” son empleados indistintamente en el mercado para referirse, por ejemplo, a secciones en el noticiero que podrían ser “*fútbol y más deportes*”, o a escuelas deportivas tales como “*natación y más deportes*”, comunicando al consumidor cantidad y variedad frente a lo que espera encontrar.

Así las cosas, esta Dirección considera que el signo solicitado no tiene el carácter distintivo suficiente para constituirse como marca registrable, toda vez que, de conformidad con la definición citada, es posible colegir que obedece a expresiones que no pueden ser monopolizadas por un solo actor en el comercio, toda vez que, restringiría la posibilidad de ser empleadas por parte de los competidores en el mercado para hacer alusión a los servicios reivindicados.

Con todo, observando lo establecido por el reconocido doctrinante el Dr. Jorge Otamendi, para ser distintiva “*la marca (...) tiene que poder identificar un producto [o servicio] de otro*”⁶ situación que no ocurre en el presente caso, pues el consumidor al encontrar un servicio en el mercado con el signo “MAS DEPORTES”, para identificar servicios de telecomunicaciones (los cuales pueden enfocarse en el ámbito deportivo) o servicios deportivos como tal, no podría asociar la marca con un determinado origen empresarial.

Adicionalmente, la incorporación de los elementos gráficos que hace el signo solicitado, consistente en el uso de una grafía particular para presentar el elemento nominativo, no resulta suficiente para concederle la condición intrínseca predicable de todo signo distintivo en razón a su sencillez, resultando imposible identificar los servicios pretendidos en el mercado, con distinción clara de su origen empresarial.

El signo solicitado a registro carece de la fuerza distintiva intrínseca que es necesaria, toda vez que el consumidor al encontrarse con el signo, no identificaría un producto o servicio específico ni lo asociaría con un determinado origen empresarial.

Así las cosas, se puede evidenciar que el signo solicitado no cuenta con otros elementos, ortográficos y/o gráficos, que le puedan permitir al público identificar un producto con este signo y al mismo tiempo asociarlo de manera correcta con un origen empresarial.

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 la clase 35 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de las clases **38 y 41** restantes, 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

⁶ Otamendi, J. (1999). Derecho de marcas (No. 608.7/O92d).

Resolución N° 4344

Ref. Expediente N° SD2025/0065067

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 MÁS DEPORTES (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 38 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Proyecto Más Colombia SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca MÁS DEPORTES (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Proyecto Más Colombia SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a Proyecto Más Colombia SAS, 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 CUARTO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 23 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS