

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

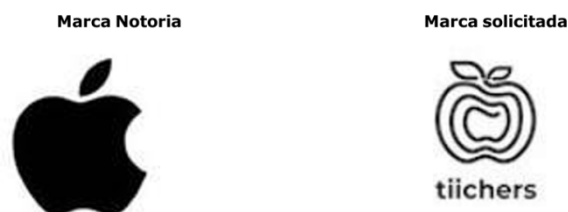
CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 26 de marzo de 2025, **TIICHERS SAS**, solicitó el registro de la marca **TIICHERS** (mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9, 41 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial N°1064 de 8 de abril de 2025, **APPLE INC.** presentó oposición frente a las clases 9, 41 y 42, con fundamento en las causales de irregistrabilidad contenidas en los literales a) y h) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

(...) En este caso, el cotejo debe efectuarse entre las siguientes marcas:



Visto lo anterior, es claro que nos encontramos frente a dos marcas cuyo elemento preponderante es el gráfico, pues los logotipos de las marcas bajo cotejo son evocadores del mismo concepto. Adicionalmente, el componente gráfico de las marcas tiene una preponderancia significativa dentro de los conjuntos marcarios que desplaza el aspecto nominativo. Teniendo en cuenta que el elemento que predomina en las marcas es el gráfico, encontramos que el cotejo marcario debe efectuarse entre los gráficos de las marcas confrontadas.

(...) Tras realizar el cotejo de las marcas confrontadas, se puede evidenciar que ambas están compuestas por el gráfico de una manzana con una hoja en la parte superior. Asimismo, ambas utilizan el color negro como tono predominante en sus logotipos, lo cual refuerza la similitud visual entre ellas. Adicionalmente, la ubicación de la hoja en la parte superior de la manzana también coincide, acentuando aún más la semejanza. Por otra parte, se destaca que el diseño y el trazado de ambas marcas presentan un alto grado de similitud en cuanto a proporciones, contornos y estilo gráfico. Por ello, existe el riesgo de que el consumidor incurra en confusión y/o establezca una asociación indebida entre ambas marcas debido a la similitud visual.

¹ 9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Por otro lado, las marcas en conflicto también son confundibles desde el punto de vista conceptual en la medida en que evocan un mismo significado en la mente del consumidor, como resultado de la imitación de la imagen de una manzana en su diseño.

(...) Lo anterior cobra aún más relevancia si se tiene en cuenta que mi

representada usa conjuntamente la marca , con sus otras marcas con lo cual se refuerza el concepto de que la imagen corporativa de APPLE INC., y sus reconocidos productos y servicios son identificados por una manzana.

Así las cosas, el consumidor al enfrentarse en el mercado a un producto y servicio identificado con una marca que corresponde a una manzana, inmediatamente lo relacionará con APPLE INC., y considerará que se trata de una nueva línea de productos y servicios de esta compañía.

(...) Así las cosas, es evidente que la marca solicitada reproduce el elemento

grafico de la figura de una manzana de la marca notoriamente conocida , así como la idea que la misma evoca en el público consumidor. Lo anterior,

teniendo en cuenta que el gráfico de la marca solicitada  consiste en un diseño de una manzana, de tal forma que la misma evoca en la mente del consumidor la misma idea que evocan las marcas de mi representada APPLE INC., y no tiene elementos adicionales distintivos que generan un impacto diferenciador.

(...) a marca notoria  es usada de forma conexa con la marca notoria APPLE. En ese sentido, resulta usual que el consumidor encuentre en el mercado noticias, piezas publicitarias y estudios en los que se efectúe un uso

conexo de la marca  con APPLE.

(...) Apple es el diseñador, fabricante y comercializador mundialmente famoso de dispositivos de comunicación y medios móviles y computadoras personales, y vendedor de una variedad de software, servicios, accesorios y contenido y aplicaciones digitales de terceros relacionados. La marca APPLE de Apple Inc es una de las marcas más conocidas del mundo.

(...) Apple es el diseñador, fabricante y comercializador mundialmente famoso de dispositivos de comunicación y medios móviles y computadoras personales, y vendedor de una variedad de software, servicios, accesorios y contenido y aplicaciones digitales de terceros relacionados. La marca APPLE de Apple Inc es una de las marcas más conocidas del mundo.

(...) La familia de marcas de Apple son marcas distintivas, arbitrarias y fantasiosas que han alcanzado un extraordinario nivel de fama y reconocimiento entre los consumidores. Como resultado de la amplia publicidad, promoción y uso de Apple de las Marcas de Apple en relación con una variedad de bienes y servicios, las marcas de Apple han adquirido una enorme reputación y se reconocen de inmediato como la identificación de los bienes y servicios de la marca APPLE de Apple Inc.

(...) En el mismo sentido, Interbrand ha reconocido sistemáticamente la marca APPLE entre las 50 mejores de su ranking anual de "Mejores marcas globales", aumentando su valor cada año. Si se revisa el ranking de los tres (3) últimos

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

años, se puede evidenciar con claridad que la marca APPLE se mantiene en la primera posición.

(...) Finalmente, destaco que en el año 2025, la marca APPLE ha sido reconocida por medios y rankings internacionales como una de las marcas más valiosas del mundo.

(...) En Colombia, la predilección sobre la marca APPLE se puede ver reflejado por el hecho de que en 2023, Apple fue la empresa con mejores ventas en la industria tecnológica.

(...) En este punto, destacamos que, según los estudios “Top of Mind” realizados por la revista Dinero en 2022, 2023, 2024 y 2025, Apple es una de las marcas más recordadas en el sector de tecnología, en Colombia.

(...) A. Estudio de 2022:

Destacamos que en el año 2022, Apple tuvo una participación relevante en el mercado, puesto que fue considerada la marca más innovadora para el segmento de celulares. Por otro lado, en el segmento de computadores, Apple fue considerada la tercera marca más recordada e innovadora, tal y como se puede evidenciar en el Anexo 107

(...) Así las cosas, es claro que la marca  es el ícono con el cual se identifica mi representada en el mercado y la cual se encuentra en todos los productos y servicios de Apple Inc., reconocidos a nivel mundial tales como el iPhone, iPad, iPod, MacBook entre otras reconocidas marcas. Por tal motivo, de concederse el registro de la marca solicitada y tramitada bajo el presente, se estaría permitiendo el aprovechamiento de la reputación de mi representada, la cual como quedó demostrado, es la empresa más importante de tecnología en el mundo y así mismo son reconocidas sus marcas.

Entonces, es evidente que la marca notoria  (usada de forma conexa con el signo notorio APPLE), es una marca que cumple con los requisitos señalados por el artículo 228 de la Decisión 486 de 2000, por lo que se puede concluir que se trata de una marca notoria, ya que cuentan con reconocimiento y

posicionamiento en el mercado. Por lo tanto, siendo la marca  (utilizada de forma conexa con la marca notoria APPLE), NOTORIAMENTE CONOCIDA en el mercado, por cuanto ha sido ampliamente difundida dentro del mercado y el consumidor las reconoce como tal, gozan de protección especial por parte de la ley.

(...) Aunque por el carácter de notoria que tiene la marca  ésta debe protegerse aún sin considerar los productos y servicios que pretende amparar la

marca solicitada , su Despacho debe tener en cuenta que, las marcas en conflicto amparan productos relacionados en las clases 9, 41 y 42

(...) Analizados los productos y servicios identificados por las marcas en conflicto se desprende que los mismos son sustitutos y complementarios, al tiempo que existe la posibilidad de que el consumidor llegue a pensar que éstos provienen del mismo empresario, dado que las marcas confrontadas identifican los mismos productos y servicios.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

(...) En este caso, identificamos que los productos y/o servicios identificados por las marcas confrontadas resultan sustituibles entre sí, puesto que ambas marcas identifican los mismos productos y servicios

(...) Así las cosas y, considerando que las marcas confrontadas identifican productos y/o servicios que tienen la misma naturaleza, características, finalidades y/o consumidor final, estimamos que el consumidor podrá realizar un ejercicio de sustituibilidad y/o intercambiabilidad.

(...) • Los productos de hardware y software de  pueden ser utilizados como plataformas para los servicios educativos o de formación que podría ofrecer



• Si  ofrece contenido educativo digital o software de enseñanza, este podría ser utilizado en dispositivos , lo que genera una relación de complementariedad directa.

• En el ámbito de servicios (Clases 41 y 42), los cursos, talleres o plataformas educativas de  podrían requerir o recomendar el uso de dispositivos , reforzando la conexión funcional entre ambas marcas.

(...) C) Razonabilidad:

Teniendo en cuenta la alta similitud entre las marcas y la evidente relación de intercambiabilidad y complementariedad entre los productos y/o servicios, resulta claro que el consumidor podría considerar razonablemente que los productos y/o servicios identificados por las marcas confrontadas provienen de un mismo origen empresarial. En efecto, el consumidor bien podría estimar que mi representada APPLE INC ha decidido expandir su negocio y crear una nueva



marca  para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9,41,42.



(...) la marca solicitada  se ofrecerá en el mismo mercado en que se ofrecen los productos y/o servicios protegidos por las marca  de APPLE INC y están dirigidos al mismo consumidor y, por lo tanto, al público se le creará confusión directa, desde el punto de vista de los productos/servicios, e indirecta, sobre el origen de éstos, ya que pensará que los productos/servicios



identificados por la marca  forman parte de una nueva línea de productos de APPLE INC y los adquirirá confiado en que éstos son ofrecidos por ella.

(...) Adicional a lo anterior, es de recibo reparar en el hecho que, de permitirse



el registro de la marca  no sólo se expondría al público consumidor a un evidente riesgo de confusión indirecta sino que también se debilitaría de la



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

función principal de la marca notoria  de propiedad de Apple Inc., en la medida en que su fuerza distintiva se vería afectada por la coexistencia de una marca similar a ésta a nombre de un propietario diferente.

(...) En consecuencia, dada la reproducción que hace la marca  de la marca notoriamente conocida , se diluiría el carácter distintivo de la marca notoria, generando una dispersión de la identidad y retención de estas marcas en la mente del público, pues como resultado de la demostrada notoriedad de , el público consumidor la reconoce como un producto de Apple Inc.

(...) Así mismo, con el registro de la marca  se generaría un riesgo de uso parasitario, consistente en el riesgo de que TIICHERS SAS, se aproveche del prestigio de la marca  de propiedad de Apple Inc., para su beneficio propio y de manera injusta.

(...) Mi representada APPLE, INC. es titular de la familia de marcas , pues ha venido utilizando el gráfico  como elemento distintivo y común del origen empresarial de sus productos y servicios, consolidando así un reconocimiento por la calidad de ellos.

(...) A la luz de la anterior jurisprudencia, ese Despacho debe tener en cuenta que, de concederse el registro de la marca solicitada  para identificar productos y servicios relacionados con aquellos identificados por la familia de marcas , se estarían afectando no solo los intereses de APPLE INC sino también los de los consumidores, quienes relacionarían inmediatamente las

marcas en conflicto, pensando que la marca  es una nueva marca de la familia de marcas  de Apple Inc.

(...) Así las cosas, ha quedado debidamente demostrado que la marca  solicitada por TIICHERS SAS, incurre en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, por ser similarmente confundible con la marca registrada con anterioridad  y al pretender identificar productos y servicios relacionados con aquellos amparados por la marca  de Apple Inc.”.

Que **TIICHERS SAS** dio respuesta a la oposición presentada manifestando:

(...) El signo Tiichers presenta un alto grado de distintividad, tanto fonética como

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

conceptual y gráfica. El logotipo no reproduce una forma genérica o natural de producto, sino una composición conceptual que representa huellas humanas y crecimiento educativo mediante una línea continua que conforma una manzana estilizada. Por tanto, el signo no es descriptivo ni genérico, sino arbitrario y distintivo. En resumen, el signo de Tiichers posee distintividad intrínseca y extrínseca:

a) Distintividad intrínseca:

- *Es un neologismo creado específicamente para identificar servicios educativos.*
- *La doble "i" genera una construcción fonética única y memorable.*
- *El elemento gráfico es una interpretación artística de una manzana mediante trazo continuo, no una reproducción natural.*

b) Distintividad extrínseca:

- *Uso público desde en el mercado colombiano*
- *Reconocimiento en el sector educativo*
- *Inversión publicitaria*

(...) 1. La notoriedad es sectorial: La jurisprudencia andina establece que la notoriedad debe analizarse en el sector pertinente. Apple no tiene notoriedad en el sector educativo (Clase 41).

2. No existe reproducción ni imitación:

- *Similitud visual: INEXISTENTE (trazo abierto vs. sólido, dos hojas vs. una, sin mordisco vs. con mordisco, nombre "tiichers" presente en el signo)*
- *Similitud fonética: INEXISTENTE ("Tiichers" vs. "Apple")*
- *Similitud conceptual: INEXISTENTE (educación vs. hardware y artículos de tecnología)*

3. Imposibilidad de monopolio sobre elementos genéricos: El Tribunal Andino ha sido enfático: "Nadie puede apropiarse de signos genéricos o de uso común". La manzana es un símbolo universal, especialmente en educación.

(...) a) La protección marcaria se limita a las clases registradas: Apple tiene registros en Colombia principalmente en clases 9 (hardware) y 42 (servicios tecnológicos), NO en clase 41 (educación).

b) Coexistencia pacífica de signos: La SIC ha permitido consistentemente la coexistencia de marcas con elementos comunes en clases diferentes

(...) 3.1. Significado y elementos distintivos

El diseño de Tiichers no busca replicar ni asociarse con Apple, sino comunicar su esencia pedagógica y humana. A continuación, se presenta la explicación oficial del titular sobre el significado del logotipo:

a) Huellas humanas y personalización: Las líneas continuas representan huellas dactilares, simbolizando que cada clase generada es única, como la identidad de cada docente.

b) La manzana como símbolo pedagógico universal: Históricamente, la manzana representa el conocimiento y la gratitud hacia los maestros. Esta tradición precede por siglos cualquier uso comercial del símbolo.

c) Línea continua - Educación infinita: El trazo ininterrumpido representa el aprendizaje continuo, concepto central en la pedagogía moderna y la educación asistida por IA.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

d) *Crecimiento progresivo: El diseño evoluciona de menor a mayor, representando el desarrollo educativo desde niveles básicos hasta superiores.*

Estos elementos confirman la originalidad y distintividad del logotipo y su clara vocación educativa, alejada del concepto tecnológico-comercial asociado a Apple.

(...) El signo de Tiichers integra un elemento denominativo (“tiichers”) que domina visualmente el conjunto y refuerza la relación con el ámbito educativo. El logotipo de Apple carece de texto y se apoya únicamente en la forma de la manzana. Esta diferencia de composición es determinante para excluir cualquier confusión, pues el público identifica inmediatamente el carácter pedagógico de Tiichers frente al enfoque comercial y tecnológico de Apple.

(...)

Criterio	tiichers	Apple Inc.	
Logo			
Descripción visual	El logotipo de Tiichers está compuesto por una figura de manzana delineada mediante una sola línea continua, sin relleno y con dos hojas simétricas en la parte superior. El trazo abierto simboliza el carácter infinito del conocimiento y la interconexión entre docentes y tecnología. Las líneas evocan huellas humanas, representando la individualidad de cada profesor y la identidad única de cada clase creada mediante inteligencia artificial. La manzana hace alusión al símbolo universal de los maestros, tradicionalmente asociada con la educación, la sabiduría y la gratitud. Visualmente, la forma crece de menor a mayor, transmitiendo la idea de evolución y aprendizaje continuo.	El logotipo de Apple Inc. consiste en la silueta sólida de una manzana de color uniforme, con una sola hoja orientada hacia la derecha y un mordisco en el costado derecho. Su diseño minimalista y simétrico busca transmitir valores de tecnología, innovación y elegancia. El logo no incluye elementos verbales, ni texturas ni trazos abiertos; su figura rellena y cerrada es reconocida internacionalmente como símbolo corporativo en el ámbito tecnológico y de consumo.	
Criterio	tiichers	Apple Inc.	Conclusión
Elemento denominativo	"TIICHERS" - Neologismo distintivo	"APPLE" - Palabra común en inglés	Totalmente diferentes
Elemento gráfico	Trazo lineal abierto, dos hojas, sin mordisco	Silueta sólida, una hoja, con mordisco	Opuestos visuales
Análisis fonético	/ti:ʃɪˈtʃɜːs/ - 2 sílabas, sonido suave	/ˈæp.əl/ - 2 sílabas, sonido fuerte	Sin similitud fonética
Concepto	Educación, docencia, IA educativa	Tecnología, dispositivos, consumo	Sectores distintos
Público objetivo	Docentes, instituciones educativas	Consumidores de tecnología	No hay superposición



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

V. *DISTINCIÓN POR SECTOR ECONÓMICO Y PRINCIPIO DE ESPECIALIDAD*

5.1. *Análisis sectorial diferenciado*

Aspecto	tiichers	Apple Inc.
Actividad principal	Software educativo con IA para planificación docente	Hardware y software de consumo general
Clase 9	Software educativo específico	Dispositivos electrónicos
Clase 41	servicios de planeación de actividades educativas y académicas (core business)	Sin registros relevantes
Clase 42	Desarrollo de plataformas para el sector educativo	Servicios tecnológicos generales
Canales de distribución	Instituciones educativas, B2B educativo	Retail, tiendas propias, B2C
Modelo de negocio	SaaS educativo, suscripciones institucionales	Venta de productos, ecosistema cerrado

5.2. *Inexistencia de competencia*

No existe competencia directa ni indirecta entre las partes:

- *Tiichers no fabrica ni comercializa dispositivos electrónicos*
- *Apple no ofrece servicios de planificación curricular con IA*
- *Los canales de comercialización son diferentes*
- *No hay sustituibilidad entre los productos/servicios*

VI. ARGUMENTOS ADICIONALES

6.1. *Dilución marcaria inversa*

Negar el registro de TIICHERS constituiría una dilución inversa, privando al sector educativo de usar símbolos propios de su tradición centenaria.

6.2. *Uso honesto y de buena fe*

Tiichers ha usado su marca en su página web oficial (www.tiichers.com), redes sociales y material promocional. Estas evidencias demuestran el uso legítimo y diferenciado del signo, así como la buena fe del solicitante.

(...) 6.3. *Inexistencia de aprovechamiento parasitario*

No existe evidencia de:

- *Intención de aprovechamiento de la reputación ajena*
- *Confusión deliberada*
- *Competencia desleal*

6.4. *Derecho al libre desarrollo empresarial*

La Constitución Política garantiza la libertad económica y la libre competencia, derechos que se verían vulnerados por una interpretación expansiva de los derechos marcarios”.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Que el documento presentado por el opositor el día 11 de noviembre de 2025, mediante el cual se pretende rebatir los argumentos expuestos dentro del escrito de respuesta a la oposición realizado por el solicitante no será objeto de valoración toda vez que no existe dentro del trámite de registro marcaría una etapa dispuesta para este efecto, dado que el Artículo 146 de la Decisión 486 es claro en establecer la oportunidad para interponer oposiciones fundamentadas tendientes a desvirtuar la solicitud de registro de marca, determinando que podrá realizarse por una sola vez dentro del plazo de treinta días siguientes a la fecha de la publicación. Adicionalmente previó la posibilidad de otorgar, a solicitud de parte, por una sola vez, un plazo adicional de treinta días con el fin de presentar las pruebas que sustenten la oposición.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad 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, 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.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

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.

Literal h) 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:

h) constituyan una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial, de un signo distintivo notoriamente conocido cuyo titular sea un tercero, cualesquiera que sean los productos o servicios a los que se aplique el signo, cuando su uso fuese susceptible de causar un riesgo de confusión o de asociación con ese tercero o con sus productos o servicios; un aprovechamiento injusto del prestigio del signo; o la dilución de su fuerza distintiva o de su valor comercial o publicitario”.

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 se presente como una reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción, total o parcial de un signo notoriamente conocido, cualesquiera sean los productos o servicios identificados por los signos.

El segundo supuesto de hecho se refiere a la capacidad que el uso del signo solicitado tuviere para generar riesgo de confusión o de asociación con el titular del signo notorio o sus productos o servicios, o si dicho uso se configurare como un aprovechamiento injusto de la reputación del signo notorio o causare una dilución de su capacidad distintiva, o su valor comercial o publicitario.

Así, es necesario proceder a determinar el alcance de cada uno de los supuestos contemplados en la norma a fin de proceder al estudio de la causal de irregistrabilidad en cuestión.

Reproducción, imitación, traducción, transliteración o transcripción

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° SD2025/0026911

La causal de irregistrabilidad en estudio protege al signo notorio frente a actos de reproducción⁴, imitación⁵, traducción⁶, transliteración⁷ o transcripción⁸, total o parcial, que frente al mismo pretendan efectuarse por parte de terceros.

En cuanto a la comparación de los signos, cuando uno es notorio la identidad o semejanza debe ser analizada a la luz de los criterios reiteradamente establecidos por la doctrina y la jurisprudencia. Así, es necesario verificar la naturaleza de los signos enfrentados a fin de determinar la regla comparativa pertinente al caso concreto, teniendo en cuenta además que la calidad de notorio que el signo opositor ostentare y el grado de notoriedad acreditado frente al mismo, así como su capacidad distintiva intrínseca, influyen directamente en la comparación de las marcas, toda vez que cuando se trata de signos notorios, el examen comparativo está revestido de una mayor rigurosidad en atención a dicha calidad y su especial protección.

Signo notorio

La definición legal del signo notorio se encuentra en el artículo 224 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina que establece:

“Se entiende por signo distintivo notoriamente conocido el que fuese reconocido como tal en cualquier País Miembro por el sector pertinente, independientemente de la manera o el medio por el cual se hubiese hecho conocido”.

De acuerdo con la definición del Diccionario de la Lengua Española, la característica de notorio se predica de algo que es público y sabido por todos, además de claro y evidente⁹. En efecto, la calificación de notorio de un objeto o una persona está estrechamente ligada al sentimiento generalizado de que dicho objeto o persona son ampliamente conocidos por un sector determinado.

Para referirse a un signo notorio es preciso determinar que el uso amplio y generalizado por parte de su titular se ha traducido en la exteriorización de aquel dentro del público consumidor, de tal manera que es fácilmente reconocido y recordado por el consumidor que ha tenido contacto con los productos o servicios identificados por el signo, o por los consumidores potenciales, es decir aquellos que si bien no han adquirido los productos o servicios, saben que se ofertan bajo dicho signo y les endilgan alguna calidad o característica, ya inferida por otro consumidor o gracias a asociaciones derivadas de la información de dichas calidades o características dada mediante la amplia y constante publicidad del signo.

⁴ Reproducir. 1. tr. Volver a producir o producir de nuevo. U. t. c. prnl. 2. tr. Volver a hacer presente lo que antes se dijo y alegó. 3. tr. Sacar copia, en uno o en muchos ejemplares, de una obra de arte, objeto arqueológico, texto, etc., por procedimientos calcográficos, electrolíticos, fotolitográficos o mecánicos y también mediante el vaciado.

⁵ Imitar. (Del lat. imitāri). 1. tr. Ejecutar algo a ejemplo o semejanza de otra cosa. 2. tr. Dicho de una cosa: Parecerse, asemejarse a otra. 3. tr. Hacer o esforzarse por hacer algo lo mismo que otro o según el estilo de otro. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁶ Traducir. (Del lat. traducĕre, hacer pasar de un lugar a otro). 1. tr. Expresar en una lengua lo que está escrito o se ha expresado antes en otra. 2. tr. Convertir, mudar, trocar. 3. tr. Explicar, interpretar. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁷ Transliterar. (De trans- y el lat. littĕra, letra). 1. tr. Representar los signos de un sistema de escritura mediante los signos de otro. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁸ Transcribir. (Del lat. transcribĕre). 1. tr. copiar (ll escribir en una parte lo escrito en otra). 2. tr. transliterar. 3. tr. Representar elementos fonéticos, fonológicos, léxicos o morfológicos de una lengua o dialecto mediante un sistema de escritura. Tomado de Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

⁹ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española [En línea]. Vigésima Segunda Edición. Disponible en www.rae.es.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Sector pertinente

En concordancia con lo anterior, el artículo 230 de la Decisión 486 incluye dentro del sector pertinente para determinar si un signo es notorio; los siguientes:

- “a) los consumidores reales o potenciales del tipo de productos o servicios a los que se aplique;
- b) las personas que participan en los canales de distribución o comercialización del tipo de productos o servicios a los que se aplique; o
- “c) los círculos empresariales que actúan en giros relativos al tipo de establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique”.

Y añade que:

“para efectos de reconocer la notoriedad de un signo bastará que sea conocido dentro de cualquiera de los sectores referidos en los literales anteriores”.

Criterios para determinar la notoriedad

A fin de determinar la notoriedad de un signo distintivo según el mismo sea reconocido como tal dentro del sector pertinente la Decisión 486 establece en su artículo 228 una serie de criterios que, sin ser taxativos, fijan pautas que guían al examinador en el análisis de notoriedad, así:

“Para determinar la notoriedad de un signo distintivo, se tomará en consideración entre otros, los siguientes factores:

- a) el grado de su conocimiento entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro;*
- b) la duración, amplitud y extensión geográfica de su utilización, dentro o fuera de cualquier País Miembro;*
- c) la duración, amplitud y extensión geográfica de su promoción, dentro o fuera de cualquier País Miembro, incluyendo la publicidad y la presentación en ferias, exposiciones u otros eventos de los productos o servicios, del establecimiento o de la actividad a los que se aplique;*
- d) el valor de toda inversión efectuada para promoverlo, o para promover el establecimiento, actividad, productos o servicios a los que se aplique;*
- e) las cifras de ventas y de ingresos de la empresa titular en lo que respecta al signo cuya notoriedad se alega, tanto en el plano internacional como en el del País Miembro en el que se pretende la protección;*
- f) el grado de distintividad inherente o adquirida del signo;*
- g) el valor contable del signo como activo empresarial;*
- h) el volumen de pedidos de personas interesadas en obtener una franquicia o licencia del signo en determinado territorio; o,*

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

i) la existencia de actividades significativas de fabricación, compras o almacenamiento por el titular del signo en el País Miembro en que se busca protección;

j) los aspectos del comercio internacional; o,

k) la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero”.

De acuerdo con lo anterior, para poder determinar la notoriedad de un signo distintivo, es preciso que se haya difundido dentro de un territorio y durante un tiempo determinado, toda vez que la única manera de lograr el reconocimiento de un signo distintivo es por medio de su difusión, lo cual implica la identificación de un ámbito temporal y territorial.

Por lo demás, resulta importante resaltar que los criterios normativos permiten que las pruebas aportadas estén referidas a territorio extranjero, pero deben ir dirigidas a demostrar el conocimiento del signo entre los miembros del sector pertinente de cualquiera de los países miembros de la Comunidad Andina.

Prueba de la notoriedad

De conformidad con lo expuesto hasta acá, quien alega notoriedad asume la carga de probar por los medios probatorios conducentes, pertinentes y útiles, la calidad de notoria de la marca de conformidad con la definición, y criterios ya vistos en los artículos 229, 228 y 230 de la Decisión 486.

Identidad o Semejanza de los signos

La semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos: Conceptual, ortográfico, fonético y visual.

Existirá semejanza conceptual cuando los dos signos evoquen una idea idéntica o semejante.

La similitud ortográfica se presenta por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión.

Por su parte la visual puede ser entendida como ortográfica, pero es principalmente referida a los signos figurativos o esencialmente visibles.

La semejanza fonética se presenta por coincidencia en las raíces o terminaciones, y cuando la sílaba tónica en las denominaciones comparadas es idéntica o muy difícil de distinguir. Sin embargo, se debe tener en cuenta las particularidades de cada caso, para determinar una posible confusión.

El riesgo de confusión o de asociación

El riesgo de confusión es la posibilidad de que el consumidor adquiera un producto o servicio pensando que está adquiriendo otro (confusión directa), o que adquiera un producto o servicio pensando que éste tiene un origen empresarial distinto al que realmente vincula (confusión indirecta).

Por su parte el riesgo de asociación se presenta cuando a pesar de no existir confusión se vincula económica o jurídicamente a uno y otro oferente de los productos o servicios identificados por las marcas respectivas.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Aprovechamiento injusto del prestigio del signo notorio

El aprovechamiento injusto del prestigio de una marca notoria se presenta cuando un competidor hace un uso parasitario de la marca, valiéndose de la imagen positiva que esta transmite, aunque la acción se realice sobre productos o servicios que no tengan ningún grado de conexidad con los que ampara el signo notoriamente conocido.

El uso parasitario está ligado a la función publicitaria de la marca, pero se diferencia del riesgo de dilución en que la finalidad del competidor parasitario es únicamente un aprovechamiento de la reputación, sin necesidad de presentar un debilitamiento de la capacidad distintiva de la marca notoriamente conocida.

Dilución de la fuerza distintiva del signo notorio

Sobre este tema el Tribunal de Justicia Andino ha dicho¹⁰ que el riesgo de dilución, se presenta cuando el uso de otros signos idénticos o similares cause el debilitamiento de la altísima capacidad distintiva y la percepción o imagen positiva que el consumidor tiene del signo notoriamente conocido, aunque se use para productos o servicios que no tengan ningún grado de conexidad con los cuales ampara el signo notoriamente conocido.

La posibilidad de dilución de la fuerza distintiva existe en aquellos signos que son intrínsecamente distintivos, siendo un factor a considerar que sean únicos en el registro de la propiedad industrial, es decir que no hay un signo igual registrado en relación con ningún otro tipo de productos o servicios. En tal caso, de concederse un signo parecido al notorio, ese carácter de exclusividad que tenía el signo notorio en el registro podría perderse.

Al respecto señala el autor F.G. JACOBS: *“La esencia de la dilución en este sentido clásico es que la difuminación del carácter distintivo de la marca implica que ésta ya no provoca la asociación inmediata con los productos para los que está registrada y es usada. Así pues, citando de nuevo a Schechter, «por ejemplo, si se autorizan restaurantes Rolls Royce, cafeterías Rolls Royce, pantalones Rolls Royce y caramelos Rolls Royce, en diez años ya no existirá la marca Rolls Royce»¹¹”.*

Es importante mencionar que la jurisprudencia norteamericana ha tratado el tema de la dilución de signos con un alto grado de notoriedad, especificando dos variantes de dicha situación, la dilución por empañamiento y la dilución por degradación, explicando estos dos conceptos de forma gráfica, tal y como se transcribe a continuación:

“(…) Suponga que un restaurante de lujo se llama “Tiffany”. Existe muy poco riesgo que el público consumidor considere pensar que está celebrando negocios con una sección de las tiendas de joyas “Tiffany” si estos [es decir el público] se vuelven clientes regulares del restaurante. Pero, cuando los consumidores ven al lado el nombre “Tiffany” ellos puede que piensen tanto en el restaurante como la joyería, y si es el caso la eficacia del nombre en identificar la tienda se verá deteriorada. Los consumidores tendrán que pensar mucho más – incurrir como si fuese un mayor costo de imaginación – en reconocer el nombre como el nombre de la tienda...][...Así que “blurring” [empañamiento] es una forma de dilución.” (TY Inc. V. Ruth Perryman; 2002)”

¹⁰Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 108 IP-2006 marca KRISTAL ESSENCE

¹¹CONCLUSIONES DEL ABOGADO GENERAL. S.R. F.G. JACOBS presentadas el 10 de julio de 2003 (1) Asunto C-408/01 Adidas-Salomón AG and Adidas Benelux BV contra Fitnessworld Trading Ltd.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

“(…) Ahora suponga que el restaurante que adopta el nombre “Tiffany” es en realidad un local de striptease. Nuevamente y sin duda con mayor certeza que en el caso previo, los consumidores no pensarán que hay relación de propiedad entre el local de striptease y la tienda de joyas. Pero debido a la inveterada tendencia de la mente humana en proceder por asociación, cada vez que piensen en la palabra “Tiffany” su imagen de la tienda lujosa se verá degradada por la asociación de la palabra con el local de striptease.¹²”

Cabe destacar el pronunciamiento que sobre este punto ha efectuado el Abogado General del Tribunal de Justicia de las Comunidades Europeas, el señor Niilo Jääskinen:

“Tanto en derecho comunitario como en los Estados Unidos, el concepto de protección frente a la dilución se refiere específicamente a dos fenómenos:

Protección frente a la difuminación y frente al deterioro. La protección frente a la difuminación (o dilución en sentido estricto) se da contra los usos que entrañan el riesgo de que la marca pierda su carácter distintivo y, con él, su valor. La protección frente al deterioro significa protección contra usos que ponen en peligro la protección de la marca¹³”.

Aprovechamiento del valor comercial o publicitario del signo notorio

Se presenta un aprovechamiento del valor comercial o publicitario de la marca notoria, cuando un tercero a fin de ahorrar los gastos de posicionamiento de su propia marca, utiliza un signo semejante o idéntico, en relación con productos y/o servicios distintos a los que vienen siendo protegidos por la marca notoria, buscando que se transfiera a sus productos y/o servicios la imagen y el mensaje positivo de la misma.

Al respecto la Tercera Sala de Recurso de la EUIPO ha sostenido:

“La capacidad de una marca renombrada de trasladar la imagen determinada de un producto o servicio a otro producto o servicio confiere a terceras personas un interés por aprovecharse del valor comercial de tal renombre, en la medida en que esta utilización de la marca renombrada para productos o servicios diferentes para facilitar la promoción comercial de éstos”.

Acervo probatorio

Al expediente fueron allegadas las siguientes pruebas:

- Anexo 1 Resolución No. 33525 del 30 de mayo de 2013
- Anexo 2 Resolución No. 44083 del 17 de julio de 2014
- Anexo 3 Resolución No. 24081 del 9 de mayo de 2017
- Anexo 4 Resolución No. 58033 del 15 de septiembre de 2017
- Anexo 5:
 - o Resolución No. 464 del 28 de diciembre de 2017
 - o Resolución No. 644 del 5 de enero de 2018
 - o Resolución No. 3841 del 24 de enero de 2018
 - o Resolución No. 20985 del 23 de marzo de 2018
 - o Resolución No. 31191 de 29 de Julio de 2019
- Anexo 6 Resolución No. 68744 de 1 de noviembre de 2023

¹²TY Inc. v. Ruth Perryman; 2002

¹³Asunto C-323/09 Interflora Inc Interflora British Unit contra Marks & Spencer plc Flowers Directs Online Limited.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 7 Resolución No. 16198 de marzo 30 de 2023
- Anexo 8 Informe 10-K de Apple junto con apartes relevantes traducidos a español
- Anexo 9 Impresión de pantalla de la página web de Apple Colombia, en la que se puede evidenciar la comercialización de Iphone. Disponible en <https://www.apple.com/co/iphone/>.
- Anexo 10 Impresión de pantalla de la página web de Apple Colombia, en la que se puede evidenciar la comercialización de productos MAC. Disponible en <https://www.apple.com/co/macbook-air/>.
- Anexo 11 Impresión de pantalla de la página web de Apple Colombia, en la que se puede evidenciar la comercialización de productos iPad. Disponible en <https://www.apple.com/co/ipad-air/>.
- Anexo 12 Impresión de pantalla de la página web de Apple Colombia, en la que se pueden encontrar algunos de los servicios que ofrece Apple Inc. Disponible en <https://www.apple.com/co/services/>.
- Anexo 13 Apple lanzará AirPods con cámara y unas gafas similares a las de Meta: esto se sabe. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-lanzara-airpods-con-camara-y-unas-gafas-similares-a-las-de-meta-3390269>.
- Anexo 14 Apple revoluciona el mercado con el lanzamiento de los iPhone 16 Pro y iPhone16ProMax. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/apple-revoluciona-el-mercado-con-el-lanzamiento-de-los-iphone-16-pro-y-iphone-16-pro-max-3379510>
- Anexo 15 Apple Event | Conozca el nuevo iPhone 16, Apple Watch, su precio en Colombia y todas las novedades. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/en-vivo-apple-event-donde-ver-al-nuevo-iphone-16-hora-y-las-novedades-que-se-esperan-3379246>
- Anexo 16 Apple estrena una web para su servicio de pódcast con funciones mejoradas. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/apps/apple-estrena-una-web-para-su-servicio-de-podcast-3373437>
- Anexo 17 Apple alcanza un nuevo récord tras mejora de recomendación de Morgan Stanley. Disponible en <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/apple-alcanza-nuevo-record-tras-mejora-de-recomendacion-de-morgan-stanley-3362434>
- Anexo 18 Todo lo que podrá hacer con Apple Intelligence, la nueva IA para Mac, iPhone y iPad. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/todo-lo-que-podra-hacer-con-apple-intelligence-la-nueva-ia-para-mac-iphone-y-ipad-3351572>
- Anexo 19 Sección de noticias de APPLE en El Tiempo. Disponible en <https://www.eltiempo.com/noticias/apple>
- Anexo 20 Ahora es posible usar Apple Music y Apple TV desde un computador Windows. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/ahora-es-posible-usar-apple-music-y-apple-tv-desde-un-computador-windows/202451/>
- Anexo 21 Apple prepara una función que es ideal para los usuarios que dejan caer su iPhone al agua. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-prepara-una-función-que-es-ideal-para-los-usuarios-que-dejan-caer-su-iphone-al-agua/202436/>
- Anexo 22 Usuarios iPhone en Colombia ya pueden descargar iOS 17.4: estas son las mejoras que tiene. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/usuarios-iphone-en-colombia-ya-pueden-descargar-ios-174-estas-son-las-mejoras-que-tiene/202430/>
- Anexo 23 Este será el nuevo iPhone que Apple lanzaría dentro de unos meses; una llamativa cualidad lo haría muy popular. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/este-sera-el-nuevo-iphone-apple-lanzaria-dentro-de-unos-meses-una-llamativa-cualidad-lo-haria-muy->

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- popular/202456/
- Anexo 24 Sección de APPLE en Revista Semana. Disponible en <https://www.semana.com/noticias/apple/>
 - Anexo 25 Apple anuncia el evento 'Scary Fast' el 30 de octubre para lanzar nuevos productos. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-anuncia-el-evento-scary-fast-el-30-de-octubre-para-lanzar-nuevos-productos-3735349>
 - Anexo 26 La capitalización de Apple se encuentra muy cerca de romper techo de US\$3 billones. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/la-capitalizacion-de-apple-se-encuentra-muy-cerca-de-romper-techo-de-us-3-billones-3647093>
 - Anexo 27 Apple lanza iOS 16.3: ¿qué trae para los usuarios la próxima actualización? Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/ios-16-3-cuales-novedades-trae-la-proxima-actualizacion-del-iphone-3526693>
 - Anexo 28 Apple presenta gafas Vision Pro en convención anual, en busca de una era post-iPhone. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-presenta-gafas-vision-pro-en-convencion-anual-en-busca-de-una-era-post-iphone-3630524>
 - Anexo 29 Apple Intelligence se extiende hasta iPad con versión Mini y chip A17 Pro para su IA. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-intelligence-se-extiende-hasta-ipad-con-la-nueva-version-mini-y-chip-para-su-ia-3975855>
 - Anexo 30 Apple presenta los nuevos iMac y MacBook Pro 2023: precio, novedades y especificaciones. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/macbook-pro-2023-y-imac-2023-precio-novedades-y-especificaciones-de-estreno-de-apple-821509>
 - Anexo 31 Estos son los productos de la nueva generación de Apple del 2023. Disponible en <https://www.portafolio.co/tecnologia/apple-estos-son-los-nuevos-productos-lanzados-para-este-2023-588991>
 - Anexo 32 Apple piensa en cómo hacer más productivos a los iPhone mientras están bloqueados. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-piensa-en-como-hacer-mas-productivos-a-los-iphone-mientras-estan-bloqueados/>
 - Anexo 33 Inteligencia artificial impulsa acciones de Apple al máximo histórico: ¿por qué?. Disponible en <https://www.elespectador.com/economia/empresas/inteligencia-artificial-impulsa-acciones-de-apple-al-maximo-historico-por-que/>
 - Anexo 34 Apple es la tecnológica que más vende en Colombia tras registrar aumento de 49,3%. Disponible en <https://www.larepublica.co/especiales/quien-es-quien-en-los-negocios/apple-es-la-tecnologica-que-mas-vende-en-el-pais-tras-registrar-incremento-de-49-3-3657032>
 - Anexo 35 Gigantes tecnológicos Apple, Amazon y Google son las marcas más valiosas de 2022. Disponible en <https://www.larepublica.co/empresas/gigantes-tecnologicos-apple-amazon-y-google-son-las-marcas-mas-valiosas-de-2022-3484375>
 - Anexo 36 Apple y su camino para ser la empresa más poderosa del mundo. Disponible en <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/apple-su-historia-y-su-camino-hasta-lograr-un-valor-de-mercado-de-3-billones-de-dolares-584471>
 - Anexo 37 Conozca el iPhone 14 y los nuevos dispositivos que lanzó Apple. Disponible en https://www.elespectador.com/tecnologia/lanzamiento-del-iphone-14-siga-el-evento-de-apple-en-vivo/?fbclid=IwY2xjawGCJAtleHRuA2FlbQlXMQABHcix6wvP9yWapRxJ3klyrmRlPl2nGaf_AhjJrEJkjhNTaNwQXwj7DSVRUQ_aem_Y7zGFVoFKwWkpZlUk2AmcQ
 - Anexo 38 Apple confirmó la fecha del lanzamiento del iPhone 16: esto es lo que debe saber del evento y los anuncios que se esperan. Disponible en

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/apple-confirmando-la-fecha-del-lanzamiento-del-iphone-16-esto-es-lo-que-debe-saber-del-evento-y-los-anuncios-que-se-esperan-3375438>
- Anexo 39 Impresión del artículo Apple añade más funciones de Apple Intelligence con el lanzamiento de iOS 18.2. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-anade-mas-funciones-de-apple-intelligence-con-el-lanzamiento-de-ios-18-2-3408568>
 - Anexo 40 Impresión del artículo Apple lanzará una pantalla para el hogar de 15 centímetros con Apple Intelligence en 2025, según Bloomberg. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-lanzara-una-pantalla-para-el-hogar-de-15-centimetros-con-apple-intelligence-en-2025-segun-bloomberg-3399674>
 - Anexo 41 Impresión del artículo El iPhone 17 llegará con el primer chip wifi de Apple, según el analista Ming-Chi Kuo. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/el-iphone-17-llegara-con-el-primer-chip-wifi-de-apple-segun-el-analista-ming-chi-kuo-3396052>
 - Anexo 42 Impresión del artículo Piezas de reparación para iPhone 16 ya están disponibles por Apple. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/piezas-de-reparacion-para-iphone-16-ya-estan-disponibles-por-apple-3398606>
 - Anexo 43 Impresión del artículo Apple presenta novedad con los AirPods: usuarios se beneficiarán con esta herramienta. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-presenta-novedad-con-los-airpods-usuarios-se-beneficiaran-con-esta-herramienta/202426/>
 - Anexo 44 Impresión del artículo IOS 18.2; estos son los teléfonos compatibles con el nuevo sistema operativo de Apple. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/ios-18-2-estos-son-los-telefonos-compatibles-con-el-nuevo-sistema-operativo-de-apple/202410/>
 - Anexo 45 Impresión del artículo Siri se renueva y Apple le mejora la memoria: estas son las nuevas capacidades que tendrá en iPhone, Mac y más. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/siri-se-renueva-y-apple-le-mejora-la-memoria-estas-son-las-nuevas-capacidades-que-tendra-en-iphone-mac-y-mas/202400/>
 - Anexo 46 Impresión del artículo Apple Visión Pro se prepara para una gran actualización: mejoras en rendimiento en su segunda versión. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-vision-pro-se-prepara-para-una-gran-actualizacion-mejoras-en-rendimiento-en-su-segunda-version/202412/>
 - Anexo 47 Impresión del artículo Estas son las mejores aplicaciones para iPhone, iPad y Mac de 2024, según Apple. Disponible en <https://www.lavanguardia.com/andro4all/apple/estas-son-las-mejores-aplicaciones-para-iphone-ipad-y-mac-de-2024-segun-apple>
 - Anexo 48 Impresión del artículo Apple presentó nueva colección de correas para el Apple Watch edición Pride 2025. Disponible en <https://www.larepublica.co/internet-economy/nueva-coleccion-de-correas-para-el-apple-watch-edicion-pride-4130432>
 - Anexo 49 Impresión de pantalla del artículo Apple sigue manteniendo su liderato en ranking de las marcas más valiosas de 2025. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-sigue-manteniendo-su-liderato-en-ranking-de-las-marcas-mas-valiosas-de-2025-4093314>
 - Anexo 50 Impresión de pantalla del artículo Apple presentará hoy un nuevo iPhone con sistema renovado e inteligencia artificial. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-presentara-nuevo-iphone-con-sistema-renovado-e-ia-4066195>
 - Anexo 51 Impresión de pantalla del artículo Apple anuncia la nueva actualización

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- de iOS: estas son las mejoras más significativas. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-anuncia-la-nueva-actualizacion-de-ios-estas-son-las-mejoras-mas-significativas/202518/>
- Anexo 52 Impresión de pantalla del artículo Apple planea incorporar motores de búsqueda impulsados por IA en Safari: ¿cómo cambiaría la experiencia de los usuarios? Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-planea-incorporar-motores-de-busqueda-impulsados-por-ia-en-safari-como-cambiar-la-experiencia-de-los-usuarios/202520/>
 - Anexo 53 Impresión de pantalla del artículo Apple revoluciona el diseño de sus iPhone con un modelo plegable: esto es lo que se sabe del nuevo dispositivo. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-revoluciona-el-diseno-de-sus-iphone-con-un-modelo-plegable-esto-es-lo-que-se-sabe-del-nuevo-dispositivo/202514/>
 - Anexo 54 Impresión de pantalla del artículo Apple le apuesta a doctores y entrenadores personalizados en su nuevo servicio de salud: así funcionarán. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-le-apuesta-a-doctores-y-entrenadores-personalizados-en-su-nuevo-servicio-de-salud-asi-funcionaran/202501/>
 - Anexo 55 Impresión de pantalla del artículo Filtran primeros detalles del iPhone 17 Ultra: diseño renovado y diferente destronaría a otra versión del teléfono. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/filtran-primeros-detalles-del-iphone-17-ultra-diseno-renovado-y-diferente-destronaria-a-otra-version-del-telefono/202554/>
 - Anexo 56 Impresión de pantalla del artículo Apple CarPlay cambia: así se verá de ahora en adelante y estos son los carros que podrán disfrutar de la actualización. Disponible en <https://www.semana.com/vehiculos/articulo/apple-carplay-cambia-asi-se-vera-de-ahora-en-adelante-y-estos-son-los-carros-que-podran-disfrutar-de-la-actualizacion/202515/>
 - Anexo 57 Impresión de pantalla del artículo iPhone 16e ya es oficial: Apple presenta su nuevo modelo económico con inteligencia artificial integrada. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/iphone-16e-ya-es-oficial-apple-presenta-su-nuevo-modelo-economico-con-inteligencia-artificial-integrada/202508/>
 - Anexo 58 Impresión de pantalla del artículo Apple presentará dos nuevos dispositivos en los próximos días: uno de ellos saldría a buen precio. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-presentara-dos-nuevos-dispositivos-en-los-proximos-dias-uno-de-ellos-saldria-a-buen-precio/202530/>
 - Anexo 59 Impresión de pantalla del artículo Apple mejora su función de mapas en 3D para ofrecer una experiencia más realista e inmersiva. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-mejora-su-funcion-de-mapas-en-3d-para-ofrecer-una-experiencia-mas-realista-e-inmersiva/202532/>
 - Anexo 60 Impresión de pantalla del artículo Apple prepara un iPhone plegable y un modelo Pro hecho con vidrio para el 20 aniversario. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-prepara-un-iphone-plegable-y-un-modelo-pro-hecho-con-vidrio-para-el-20-aniversario-3442883>
 - Anexo 61 Impresión de pantalla del artículo Llegó Apple Intelligence en español a Colombia: ¿en cuáles iPhone, iPad, Mac funciona?. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/llego-apple-intelligence-en-espanol-a-colombia-asi-se-usa-en-su-iphone-para-volverlo-mas-inteligente-3440533>
 - Anexo 62 Impresión del artículo Así será el iPhone 17: conozca sus principales características y otras novedades. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/asi-sera-el-iphone-17-conozca-sus-principales-caracteristicas-y-otras-novedades-3436363>

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 63 Impresión de pantalla del artículo El nuevo iPhone 16e ya se vende en Colombia: estos son los precios en tiendas de Mac Center. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/el-nuevo-iphone-16e-ya-se-vende-en-colombia-estos-son-los-precios-en-tiendas-de-mac-center-3433294>
- Anexo 64 Impresión de pantalla del artículo Apple presenta el iPad Air con chip M3 y un nuevo Magic Keyboard que sorprende a todos. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-presenta-el-ipad-air-con-chip-m3-y-un-nuevo-magic-keyboard-que-sorprende-a-todos-3432677>
- Anexo 65 Impresión de pantalla del artículo Llega Apple Intelligence en español: ¿cómo instalarla y en cuáles iPhone funciona?. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/llega-apple-intelligence-en-espanol-como-instalarla-y-en-cuales-iphone-funciona-3429343>
- Anexo 66 Impresión de pantalla del artículo Apple presenta el iPhone 16E: características, precio y más detalles. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-presenta-el-iphone-16e-caracteristicas-precio-y-mas-detalles-3428462>
- Anexo 67 Impresión de pantalla del artículo iOS 19: las posibles novedades que traerá Apple en el nuevo sistema operativo de sus iPhone y su fecha de lanzamiento. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/ios-19-para-iphone-posibles-novedades-y-fecha-de-lanzamiento-3419105>
- Anexo 68 Impresión de pantalla del artículo El iPhone 16E pone a Apple por primera vez liderando las ventas. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/el-iphone-16e-pone-a-apple-por-primera-vez-en-el-primer-lugar-de-ventas/>
- Anexo 69 Impresión de pantalla del artículo Apple prepara iPhone plegable y versión Pro de vidrio por su 20 aniversario. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-prepara-iphone-plegable-y-version-pro-de-vidrio-por-su-20-aniversario/>
- Anexo 70 Impresión de pantalla del artículo Apple prepara renovación del software para sus iPhone, iPad y Mac. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-prepara-renovacion-del-software-para-sus-iphone-ipad-y-mac/>
- Anexo 71 Impresión de pantalla del artículo Apple TV+ será gratis el primer fin de semana de 2025: todo lo que debe saber. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-tv-sera-gratis-el-primer-fin-de-semana-de-2025-todo-lo-que-debe-saber/>
- Anexo 72 Impresión de pantalla del artículo Top 10 de los celulares más vendidos en 2024: ¿Quién domino el mercado global?. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/gadgets-y-apps/este-fue-el-celular-mas-vendido-en-el-mundo-en-2024/>
- Anexo 73 Impresión del artículo Amazon, Rakuten Kobo y Apple, las plataformas preferidas por los amantes de los ebooks. Disponible en <https://www.larepublica.co/internet-economy/amazon-rakuten-kobo-y-apple-las-plataformas-preferidas-por-los-amantes-de-los-ebooks-4146863>
- Anexo 74 Impresión del artículo Apple estaría en la búsqueda de simplificar la conexión a redes wifi-públicas con una nueva función en iOS 19. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-estaria-en-la-busqueda-de-simplificar-la-conexion-a-redes-wifi-publicas-con-una-nueva-funcion-en-ios-19/202544/>
- Anexo 75 Impresión del artículo Estas son las marcas más valiosas del mundo. Disponible en <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/estas-son-las->

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- marcas-mas-valiosas-del-mundo-de-acuerdo-con-kantar-3454670
- Anexo 76 Impresión del artículo Los estrenos de Apple TV desde mayo hasta agosto de 2025: 'Las bucaneras', 'Echo Valley' y más novedades. Disponible en <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/los-estrenos-de-apple-tv-desde-mayo-hasta-agosto-las-bucaneras-echo-valley-y-mas-novedades-3458267>
 - Anexo 77 Impresión del artículo Apple lanzará nueva app para juegos en todos sus dispositivos. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/videojuegos/apple-lanzara-nueva-app-para-juegos-en-todos-sus-dispositivos/>
 - Anexo 78 Impresión del artículo ¿Apple pasará de iOS 19 a iOS 26?. Disponible en https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-renovaria-sus-sistemas-operativos-en-2025-llegarian-ios-26-ipados-26-y-watchos-26/#google_vignette
 - Anexo 79 Perfil de Apple en Instagram. Disponible en <https://www.instagram.com/apple/>
 - Anexo 80 Impresión del perfil de APPLE en Facebook. Disponible en <https://www.facebook.com/apple>
 - Anexo 81 Impresión del perfil de APPLE en TikTok. Disponible en <https://www.tiktok.com/@apple?lang=es>
 - Anexo 82 Impresión del perfil de APPLE en X. Disponible en <https://x.com/Apple>
 - Anexo 83 Página oficial de APPLE en Colombia. Disponible en <https://www.apple.com/co/>
 - Anexo 84 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Falabella. Disponible en <https://www.falabella.com.co/falabella-co/brand/APPLE>
 - Anexo 85 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Alkosto. Disponible en <https://www.alkosto.com/marcas/apple/c/apple>
 - Anexo 86 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Éxito. Disponible en https://www.exito.com/s?q=apple&sort=score_desc&page=0
 - Anexo 87 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Ktronix. Disponible en <https://www.ktronix.com/marcas/apple/c/apple>
 - Anexo 88 Impresión de Pantalla de los últimos eventos APPLE. Disponible en <https://www.apple.com/co/apple-events/>
 - Anexo 89 Impresión de pantalla del artículo La Conferencia Mundial de Desarrolladores de Apple comienza la semana del 9 de junio. Disponible en <https://www.apple.com/co/newsroom/2025/03/apples-worldwide-developers-conference-returns-the-week-of-june-9/>
 - Anexo 90 ¿Por qué nombraron a Colombia en la presentación mundial del iPhone 15 de Apple? Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/iphone-15-colombia-fue-nombrada-en-el-evento-de-apple-por-que-805180>
 - Anexo 91 Ranking Kantar Ibope 2022. Disponible en <https://www.kantar.com/es/Inspiracion/Marcas/BrandZ-top100-2022>
 - Anexo 92 Ranking Kantar Ibope 2023. Disponible en <https://www.kantar.com/es/inspiracion/marcas/kantar-brandz-global-2023>
 - Anexo 93 Ranking Kantar Ibope 2024. Disponible en <https://www.kantar.com/es/inspiracion/marcas/apple-es-la-primera-marca-en-el-mundo-que-supera-el-billon-de-dolares-en-valor-de-marca>
 - Anexo 94 ¿Cuáles son las marcas más valiosas del mundo en 2024? Disponible en <https://www.forbes.com.ec/rankings/cuales-son-marcas-mas-valiosas-mundo-2024-n54811>
 - Anexo 95 Ranking de las mejores marcas a nivel global en 2024, según Interbrand. Disponible en <https://interbrand.com/best-brands/>
 - Anexo 96 "Apple es la marca con más valor del mundo, según el informe 'Best Global Brands 2023' de Interbrand". Disponible en

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- [https://marketinginsiderreview.com/apple-lidera-informe-best-global-brands-2023-interbrand/#:~:text=En%20concreto%2C%20como%20se%20desprende,de%20d%C3%B3lares%2C%20%2B1%25\)](https://marketinginsiderreview.com/apple-lidera-informe-best-global-brands-2023-interbrand/#:~:text=En%20concreto%2C%20como%20se%20desprende,de%20d%C3%B3lares%2C%20%2B1%25)).
- Anexo 97 “Según Interbrand, las marcas más valiosas del mundo son Apple, Microsoft y Amazon”. Disponible en <https://www.reasonwhy.es/actualidad/marcas-mas-valiosas-mundo-interbrand-best-global-brands-2022>
 - Anexo 98 Impresión de pantalla del artículo Las marcas más valiosas del mundo en 2025. Disponible en <https://www.statista.com/statistics/264875/brand-value-of-the-25-most-valuable-brands/>
 - Anexo 99 Impresión de pantalla del artículo Cuatro marcas de tecnología lideran el ranking de las empresas más valiosas del mundo en 2025. Disponible en <https://www.valoraanalitik.com/las-marcas-mas-valiosas-del-mundo-en-2025/>
 - Anexo 100 Impresión de pantalla del artículo Las marcas más valiosas del mundo iniciando el 2025, según Brand Finance. Disponible en <https://www.bloomberglinea.com/negocios/las-marcas-mas-valiosas-del-mundo-iniciando-el-2025-segun-brand-finance/>
 - Anexo 101 Impresión de pantalla del artículo Apple, Google y Microsoft encabezan el ranking de las marcas más valiosas del mundo. Disponible en <https://forbes.co/2025/05/27/negocios/las-marcas-mas-valiosas-del-mundo-2025>
 - Anexo 102 Impresión de apartes del reporte Marcas globales más valiosas de Kantar BrandZ 2025. Disponible en <https://www.kantar.com/Campaigns/BrandZ/Global> y/o https://indd.adobe.com/view/publication/891c8417-d62e-46ad-b2c2-2f103105b5ae/p8hx/publication-web-resources/pdf/Kantar_BrandZ_2025_Most_Valuable_Global_Brands.pdf (Pág 108).
 - Anexo 103 Las ventas de APPLE en Colombia lideraron el ranking de las empresas tecnológicas. Disponible en <https://www.larepublica.co/especiales/las-1-000-empresas-mas-grandes-de-2023/las-empresas-mas-grandes-de-tecnologia-en-2023-3893117#:~:text=El%20gigante%20del%20e-commerce%20que,tercera%20de%20todo%20el%20sector.>
 - Anexo 104 ¿Cuáles son las marcas favoritas de los niños y adolescentes en Colombia? Disponible en <https://www.iabcolombia.com/cuales-son-las-marcas-favoritas-de-los-ninos-y-adolescentes-en-colombia/>
 - Anexo 105 Estudio revela que iphone es el celular favorito de los jóvenes Disponible en <https://www.infobae.com/tecno/2023/10/12/estudio-revela-que-el-iphone-es-el-celular-favorito-de-los-jovenes/>
 - Anexo 106 Impresión del artículo Apple vuelve a ser la compañía más admirada del mundo en 2025. Lleva 18 años consecutivos siéndolo. Disponible en <https://ipadizate.com/apple/apple-vuelve-a-ser-la-compania-mas-admirada-del-mundo-en-2025-lleva-18-anos-consecutivos-siendolo>
 - Anexo 107 Estudio “Top of Mind” realizado por Dinero en 2022. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/top-of-mind-2022/202228/>
 - Anexo 108 Estudio “Top of Mind” realizado por Dinero en 2023. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-top-of-mind-2023/202337/>
 - Anexo 109 Estudio “Top of Mind” realizado por Dinero en 2024. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-de-las-marcas-mas-recordadas-por-los-colombianos-en-2024/202440/>
 - Anexo 110 Estudio Top of Mind 2025- Revista Dinero. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-top-of-mind-2025-estas-son-las-marcas-mas-recordadas-en-el-pais/202511/>

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Pruebas rechazadas

Es importante señalar que, al momento de determinar la legitimación para la oposición formulada, este Despacho verifica el estado, vigencia y titularidad de las marcas fundamento de la oposición. Así mismo, al efectuar tal verificación, se revisan las marcas de la solicitante, si tiene, junto con su estado y vigencia.

De acuerdo con lo anterior, se consideran inútiles las resoluciones allegadas, pues se consideran innecesarios para verificar información que ya tiene esta Dirección y que además está relacionada con documentos de naturaleza pública, los cuales pueden ser consultados y descargados a través del Sistema de Información de la Propiedad Industrial-SIPI ingresando al expediente del signo respectivo, en cada caso.

Las siguientes pruebas se rechazan toda vez que los documentos son aportados en idioma extranjero y no cuenta si quiera con una traducción simple, tal como lo dispone el numeral 1.2 del Título X de la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio¹⁴:

- Anexo 8: las primeras 124 páginas. De la 127 a la 132.

A su vez, se rechazan por impertinentes las siguientes pruebas:

- Los Estados financieros y datos complementarios, el rendimiento operacional por segmentos, presentados en el Anexo 8, habla de información de diferentes servicios y productos de la empresa opositora, identificados con marcas tales como iPhone, Mac y iPad, pero sin existir referencia de la marca figurativa cuya notoriedad pretende ser demostrada.
- Anexo 107 Estudio “Top of Mind” realizado por Dinero en 2022. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/top-of-mind-2022/202228/>, de fecha 28 de mayo de 2022, en tanto no presenta la información en él relacionada y tampoco fue posible ingresar al enlace en la medida en que se requiere contar con un usuario registrado.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Figurativa	APPLE INC.	SD2017/0095633	11	9	Marca	Registrada	29 sept. 2027
Figurativa		07116472	8	9	Marca	Registrada	25 nov. 2028
Figurativa		SD2016/0038623	8	40, 42, 45	Marca	Registrada	29 jun. 2026
Figurativa		SD2016/0038623	8	40, 42, 45	Marca	Registrada	29 jun. 2026
Figurativa		14189749	10	41	Marca	Registrada	23 ene. 2035
Figurativa		SD2019/0021060	8	9, 15	Marca	Registrada	29 jun. 2026
Figurativa		SD2017/0095633	11	9	Marca	Registrada	29 sept. 2027
Figurativa		13274506	10	9	Marca	Registrada	29 abr. 2029
Figurativa		02041785	8	42	Marca	Registrada	02 ene. 2033
Figurativa		02026341	8	9	Marca	Registrada	20 may. 2033
Figurativa		13269788	10	35, 41, 42	Marca	Registrada	01 oct. 2027
Figurativa		07116472	8	9	Marca	Registrada	25 nov. 2028

¹⁴ Circular Única, Título X, numeral 1.2: Los documentos que se anexen a los petitorios de los trámites de propiedad industrial deberán allegarse en castellano. Los documentos en otro idioma deberán con su traducción simple sin necesidad de autenticación, atestación, legalización o apostilla.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Los signos comparados son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositores
	

Jurisprudencia

Comparación entre marcas mixtas y figurativas.

En el presente caso, nos encontramos frente a marcas mixtas y figurativas, en cuya comparación debemos tener en cuenta las siguientes pautas:

“El cotejo de marcas figurativas y mixtas requiere de un examen más elaborado, pues en este caso debe ofrecerse protección tanto al aspecto gráfico, denominativo e ideológico. 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 suscite en la mente de quien la observe.

Para determinar la existencia de confundibilidad en esta clase de marcas, se debe tomar en cuenta que entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa esto es, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que, a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión. Al comparar marcas figurativas, se debe, no obstante, aplicar las mismas reglas que se utilizan en el cotejo de los otros tipos de marcas¹⁵”.

Lo anterior nos lleva a considerar, además, los siguientes criterios:

“Cuando el Juez Consultante realice el examen de registrabilidad entre signos mixtos, deberá identificar cuál de los elementos, el denominativo o el gráfico prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor. El Tribunal ha reiterado que: “La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 26-IP-98, publicado en la G.O.A.C. N°. 410, de 24 de febrero de 1999, marca: C.A.S.A. (mixta)).

(...)

¹⁵ TJCA, Proceso N° 230-IP-2015



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

En efecto, el Tribunal ha manifestado que, “en el análisis de una marca mixta hay que fijar cuál es la dimensión más característica que determina la impresión general que (...) suscita en el consumidor (...) debiendo el examinador esforzarse por encontrar esa dimensión, la que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor y que, por lo mismo, determina la impresión general que el signo mixto va a suscitar en los consumidores.

(...)

*El Tribunal ha resaltado que cuando un signo está compuesto por una palabra y se solicita su registro, entre los signos ya registrados y el requerido para registro, puede existir confusión dependiendo de las terminaciones, número de vocales, sufijos, prefijos, etc., por no haber elementos diferenciadores en dicha expresión, siempre en el entendido de que los productos a cubrirse sean los mismos. **Al cotejar dos marcas denominativas, el examinador deberá someterlas a las reglas para la comparación marcaria, y prestará especial atención al criterio que señala que a los signos se les observará a través de una visión de conjunto, sin fraccionar sus elementos**”.* (Las negrillas y subrayas fuera de texto)¹⁶

Análisis comparativo

El signo solicitado a registro es de naturaleza mixta y se encuentra conformado por la expresión **TIICHERS** y el gráfico de una manzana delineada en su forma en varias ocasiones, con sus dos hojas en la parte superior. A su vez, los signos opositores son de naturaleza figurativa conformados por la silueta oscura de una manzana mordida en el lado derecho, son su hoja dispuesta en la parte superior pero despegada de la forma restante.

Esta Dirección observa que si bien existen diferencias derivadas del elemento nominativo presente en el signo solicitado, su parte gráfica resulta ser muy sobresaliente y tanto el signo solicitado como los signos antecedentes incorporan la misma imagen de una manzana, lo cual hará que el consumidor al ver ambos signos los confunda o los asocie como provenientes del mismo origen empresarial.

De esta manera, resulta evidente que los signos que se comparan evocan la misma idea por cuanto representan imágenes similares, que aunque presentan algunas diferencias gráficas como el hecho de que la manzana en el signo solicitado no se encuentre mordida, o contenga diversas líneas que la delinean en su interior, es indiscutible que los consumidores percibirán ambos signos bajo la idea de una manzana, figura arbitraria dentro de los sectores comerciales en que incursionan o pretenden incursionar. Así las cosas, resulta evidente la similitud conceptual entre los signos confrontados: “f. Fruto del manzano, de forma globosa algo hundida por los extremos del eje, de epicar pio delgado, liso y de color verde claro, amarillo pálido o encarnado, mesocarpio con sabor ácido o ligeramente azucarado, y semillas pequeñas, de color de caoba, encerradas en un endocarpio coriáceo¹⁷”.

De manera que la diferencia en sus trazos es secundaria. De esta manera, en una visión de conjunto los consumidores se dejan llevar por impresiones generales entre los signos, que en este caso determinan la confundibilidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

¹⁶ TJCA, Proceso 230-IP-2015

¹⁷ Información rescatada de la página de internet <https://dle.rae.es/manzana>.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

Los signos confrontados identifican:

Expedientes

Productos y servicios

SD2017/0095633 **(9):** Ordenadores; hardware; ordenadores de bolsillo; tabletas electrónicas; aparatos e instrumentos de telecomunicaciones; teléfonos; teléfonos móviles; teléfonos inteligentes; dispositivos de comunicación inalámbrica para la transmisión de voz, datos, imágenes, audio, vídeo y contenidos multimedia; aparatos de comunicación en red; dispositivos electrónicos digitales de bolsillo para suministrar acceso a Internet y enviar, recibir y almacenar llamadas telefónicas, correos electrónicos y otros datos digitales; hardware ponible; dispositivos electrónicos digitales para fijar al cuerpo que permiten el acceso a Internet y el envío, la recepción y el almacenamiento de llamadas telefónicas, correos electrónicos y otros datos digitales; relojes inteligentes; monitores de actividad ponibles; lectores de libros electrónicos; software informático; software de instalación, configuración, operación y control de ordenadores, periféricos informáticos, dispositivos móviles, teléfonos móviles, relojes inteligentes, dispositivos ponibles, auriculares, cascos auriculares, televisores, decodificadores de televisión, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo, sistemas de cine en casa y sistemas de entretenimiento; software de desarrollo de aplicaciones; software de juegos informáticos; contenido descargable de audio, vídeo y multimedia grabados; periféricos informáticos; periféricos para ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; periféricos portátiles para ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; aparatos de autenticación e identificación biométricas; acelerómetros; altímetros; aparatos medidores de distancias; aparatos registradores

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

de distancias; podómetros; monitores, pantallas de visualización, pantallas y controladores de realidad aumentada y virtuales; artículos de óptica; aparatos e instrumentos ópticos; cámaras; flashes para cámaras; teclados, ratones, alfombrillas de ratón, impresoras, unidades de disco y unidades de disco duro; aparatos de grabación y reproducción de sonido; grabadoras y reproductores digitales de audio y de vídeo; altoparlantes; amplificadores y receptores de audio; aparatos de grabación de voz y de reconocimiento de voz; auriculares; cascos auriculares; micrófonos; decodificadores de televisión; aparatos de radio; transmisores y receptores de señales radioeléctricas; sistemas de posicionamiento global (dispositivos GPS); instrumentos de navegación; controles remotos para el control de ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo, televisores, decodificadores de televisión, altavoces, amplificadores, sistemas de cine en casa y sistemas de entretenimiento; dispositivos ponibles para el control de ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo, televisores, decodificadores de televisión, altavoces, amplificadores, sistemas de cine en casa y sistemas de entretenimiento; aparatos de almacenamiento de datos; baterías; cargadores de pilas y baterías; conectores, acopladores, alambres, cables, cargadores, soportes, estaciones de acoplamiento, y adaptadores eléctricos y electrónicos para ordenadores, teléfonos móviles, ordenadores portátiles, periféricos informáticos, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo y decodificadores de televisión; pantallas táctiles interactivas; interfaces de ordenador, pantallas de ordenador, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, televisores, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; partes y accesorios de ordenadores, periféricos informáticos, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo, televisores y decodificadores de televisión; cubiertas, bolsos, estuches, fundas, correas y cordones para ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; agendas electrónicas; máquinas de dictar; aparatos de medición; mandos a distancia.

07116472

(9): Equipos de computador; equipos de computador, a saber, servidores, computadores de escritorio, portátiles y computadores notebook; equipos de memoria de computador, drives de disco de computador; drives de disco óptico; equipos de computador; periféricos de computador y programas de computador para comunicación entre computadores múltiples y entre computadores y redes de computador local y global; equipos de redes de computador; aparatos de fuente de señal externa para conectar al televisor (stb); equipos de computador y programas de computador para la

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

reproducción, procesamiento y producción de contenido de audio, video y multimedia; equipos y programas de computador para controlar la operación de dispositivos de audio y video y para ver, buscar y/o reproducir audio, video, televisión, películas, fotografías y otras imágenes digitales; y otros contenidos multimedia; monitores de computador; pantallas de cristal líquido; monitores de pantalla plana; teclados, cables, módems de computador; ratones para el computador; estaciones de acoplamiento electrónico; muebles especialmente diseñados para sostener equipos de computador y portátiles y dispositivos electrónicos digitales manos libres; baterías; baterías recargables; cargadores de baterías; paquetes de baterías; adaptadores de energía para computadores; conectores eléctricos, alambres, cables y adaptadores; controles remotos con cable e inalámbricos para computadores y dispositivos electrónicos digitales manuales; auriculares y audífonos; auriculares estéreo; auriculares para colocar dentro del oído; amplificadores estéreo y estaciones de base para parlantes; parlantes estéreo; micrófonos; equipo de audio para vehículos, a saber, estéreos, parlantes, amplificadores, ecualizadores, fusiones, carcasas de para altavoces, bafles subterráneos para carros, reproductores mp3, conectores estéreo para reproductores mp; sistemas de sonido que comprenden controles remotos, amplificadores, parlantes y componentes de los mismos; adaptadores estéreo para automóviles; grabadoras de audio; receptores de radio; transmisores de radio; lectores de tarjetas de memoria electrónica; asistentes digitales personales; reproductores de audio y video digitales portátiles; organizadores electrónicos; cámaras; teléfonos; teléfonos móviles; videófonos; máquinas de juegos de computador, a saber, máquinas de juegos de video que tienen su propio soporte y consolas de juegos dedicados, dispositivos electrónicos digitales móviles y manuales para enviar y recibir llamadas telefónicas, correo electrónico y otros medios digitales; mp3 y otros formatos digitales de reproductores de audio y video; dispositivos electrónicos digitales portátiles y manuales para grabar, organizar, transmitir, recibir, manipular, reproducir y recibir archivos de texto, datos, imagen, audio y video; una línea completa de partes y accesorios electrónicos y mecánicos para dispositivos electrónicos digitales portátiles y manuales para grabar, organizar, transmitir, recibir, manipular, reproducir y revisar archivos de texto, datos, imágenes, audio y video, es decir, audífonos, micrófonos, controles remotos, baterías, cargadores de baterías, dispositivos para manos libres, teclados, adaptadores, antenas y amplificadores; partes y accesorios para teléfonos móviles, es decir forros para teléfonos móviles, estuches para teléfonos móviles, estuches para teléfonos móviles hechos de cuero o imitaciones de cuero, forros para teléfonos móviles hechos de tela o materiales textiles, cargadores para teléfonos móviles, baterías para teléfonos móviles, cargadores para teléfonos móviles, auriculares para teléfonos móviles, dispositivos manos libres para teléfonos móviles; estuches y bolsos para cargar, todo para ser usado con dispositivos electrónicos digitales portátiles y manuales; programas para el sistema operativo; programas de utilidad de computador para sistemas operativos de computador; una línea completa de programas de computador para negocios, el hogar, educación, e inmobiliarias; programas de computador para uso en la organización, transmisión, recepción, manipulación, reproducción y revisión de archivos de texto, datos, imágenes audio y video;

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

programas de computador para manejo de información personal; programas de computador para manejo de bases de datos; programas de computador para reconocimiento de caracteres; programas de computador de correo electrónico y mensajes; programas de computador de telecomunicaciones para dispositivos inalámbricos conectivos, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos digitales manuales, computadores, portátiles, usuarios de redes de computador, redes de computadores global; programas de computador de sincronización de bases de datos; programas de computador para tener acceso, ojear y buscar bases de datos en línea; programas de computador para desarrollar otros programas de computador; programas de computador para ser usados como una interfase de programación; programas de computador para ser usados para compartir servidores de redes; programas de computador de redes de área local y amplia; programas de computador para comparar, corregir, y reproducir color; programas de computador para ser usados en edición digital de video y audio; programas de computador para ser usados para mejorar textos y gráficos; programas de computador para ser usados en justificación de fuente y calidad de fuente; programas de computador para ser usados para navegar y buscar una red de información de computadores global; programas de computador para ser usados en procesamiento de palabra y manejo de bases de datos; programas de computador de procesador de palabra que incorporan texto, hojas de cálculo, imágenes fijas y móviles, sonido y biblioteca de imágenes (clip art); programas de computador para ser usados para crear, descargar, transmitir, recibir, editar, extraer, codificar, decodificar, jugar, almacenar y organizar audio, video, imágenes fijas y otros medios digitales; programas de computador para analizar y detectar de problemas para otros programas de computador; programas de computador educativos para niños; programas de computador para juegos de computador; programas de computador para gráficas de computador; programas de computador para motores de búsqueda de computador; programas de computador para desarrollo de sitios en la red; programas de computador para visión remota, control remoto, distribución de comunicaciones y programas de computador dentro de sistemas de computador personales y a través de redes de computador; programas de computador para mantenimiento de archivos y recuperación de datos; programas de computador para grabar y organizar calendarios y cronogramas, listas de cosas para hacer, e información de contacto; programas de computador para funcionar relojes y relojes despertador; programas de computador y programas de computador pregrabados para manejo de información personal; programas de computador de correo electrónico y mensajes; programas de computador para tener acceso, ojear y buscar bases de datos en línea; programas de computador y programas oficiales del fabricante para operar programas de sistemas; medios de almacenamiento de computadores en blanco; manuales para el usuario en forma legible electrónicamente, legible por medio de una máquina o legible por medio de un computador para uso con, y vendidos como una unidad con, todos los productos anteriormente mencionados; publicaciones electrónicas descargables en la naturaleza de libros, revistas, panfletos, folletos, boletines, diarios y revistas en los campos de eventos deportivos y culturales, aplicaciones para equipos y programas de computador,

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

telecomunicaciones, materias, educación, música, películas, juegos de video, y un amplio rango de temas de interés general para nivel k-12 y universitario; archivos descargables de audio y video, películas, tonos para teléfonos, juegos de video, programas de televisión, archivos digitales multimedia (pod casts) y libros de audio descargables por medio de internet y dispositivos inalámbricos relacionados con música, películas, videos, televisión, celebridades, deportes, noticias, historia, ciencias, política, comedia, entretenimiento para niños, animación, cultura, eventos actuales y temas de interés general; manuales de instrucción empacados en asociación con los anteriores.

SD2016/0038623 (42): Servicios de un proveedor de servicios de aplicaciones (ASP), a saber, alojamiento de aplicaciones de programas informáticos de terceros; servicios informáticos, a saber, presentación de sitios Web e imágenes de terceros en un servidor; servicios de diagnóstico por ordenador; instalación de programas informáticos; actualización de programas informáticos; mantenimiento de programas informáticos; concepción de equipos informáticos; integración de sistemas informáticos y redes; seguimiento de sistemas informáticos para terceros con fines técnicos y facilitación de instalaciones y programas informáticos para copias de seguridad; servicios de consultoría, diseño y pruebas en materia de informática; consultoría en materia de diseño, selección, implementación y utilización de sistemas de equipos y programas informáticos para terceros; recuperación de datos informáticos; programación informática para terceros; investigación y desarrollo de programas y equipos informáticos; servicios de diseño, creación y alojamiento de sitios Web; servicios informáticos, a saber, diseño e implementación de sitios Web para terceros; servicios informáticos, a saber, suministro de motores de búsqueda de datos en una red informática mundial; facilitación en línea de programas informáticos no descargables para comunicaciones a través de redes locales y mundiales de comunicación, incluidas Internet, así como redes internas y externas; servicios de consultoría informática, a saber, análisis de datos para detectar, eliminar y prevenir virus informáticos; servicios de consultoría informática, a saber, servicios de protección contra virus, agresiones o fallos informáticos para equipos, programas, redes y sistemas informáticos; servicios de consultoría informática, a saber, servicios para optimizar el rendimiento y la funcionalidad de programas informáticos y de redes de comunicaciones; servicios de asistencia técnica, a saber, diagnóstico de fallos de ordenadores, programas informáticos, telecomunicaciones y sistemas de Internet (expresión demasiado vaga a juicio de la Oficina Internacional - Regla 13.2)b) del Reglamento Común del Arreglo de Madrid y del Protocolo); suministro de información en una gran diversidad de campos sobre redes informáticas y de comunicaciones mundiales (expresión demasiado vaga a juicio de la Oficina Internacional - Regla 13.2)b) del Reglamento Común del Arreglo de Madrid y del Protocolo); servicios informáticos, a saber, creación de índices de información, sitios Web, así como de otras fuentes de información disponibles en redes informáticas de información; suministro de información sobre una gran variedad de textos, bases de datos y documentos electrónicos, gráficos e informaciones audiovisuales (expresión demasiado vaga a juicio de la Oficina Internacional - Regla 13.2)b) del Reglamento

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Común del Arreglo de Madrid y del Protocolo), alquiler de ordenadores, programas y periféricos informáticos; alquiler de instalaciones informáticas.

SD2016/0038623 (42): Servicios de un proveedor de servicios de aplicaciones (ASP), a saber, alojamiento de aplicaciones de programas informáticos de terceros; servicios informáticos, a saber, presentación de sitios Web e imágenes de terceros en un servidor; servicios de diagnóstico por ordenador; instalación de programas informáticos; actualización de programas informáticos; mantenimiento de programas informáticos; concepción de equipos informáticos; integración de sistemas informáticos y redes; seguimiento de sistemas informáticos para terceros con fines técnicos y facilitación de instalaciones y programas informáticos para copias de seguridad; servicios de consultoría, diseño y pruebas en materia de informática; consultoría en materia de diseño, selección, implementación y utilización de sistemas de equipos y programas informáticos para terceros; recuperación de datos informáticos; programación informática para terceros; investigación y desarrollo de programas y equipos informáticos; servicios de diseño, creación y alojamiento de sitios Web; servicios informáticos, a saber, diseño e implementación de sitios Web para terceros; servicios informáticos, a saber, suministro de motores de búsqueda de datos en una red informática mundial; facilitación en línea de programas informáticos no descargables para comunicaciones a través de redes locales y mundiales de comunicación, incluidas Internet, así como redes internas y externas; servicios de consultoría informática, a saber, análisis de datos para detectar, eliminar y prevenir virus informáticos; servicios de consultoría informática, a saber, servicios de protección contra virus, agresiones o fallos informáticos para equipos, programas, redes y sistemas informáticos; servicios de consultoría informática, a saber, servicios para optimizar el rendimiento y la funcionalidad de programas informáticos y de redes de comunicaciones; servicios de asistencia técnica, a saber, diagnóstico de fallos de ordenadores, programas informáticos, telecomunicaciones y sistemas de Internet (expresión demasiado vaga a juicio de la Oficina Internacional - Regla 13.2)b) del Reglamento Común del Arreglo de Madrid y del Protocolo); suministro de información en una gran diversidad de campos sobre redes informáticas y de comunicaciones mundiales (expresión demasiado vaga a juicio de la Oficina Internacional - Regla 13.2)b) del Reglamento Común del Arreglo de Madrid y del Protocolo); servicios informáticos, a saber, creación de índices de información, sitios Web, así como de otras fuentes de información disponibles en redes informáticas de información; suministro de información sobre una gran variedad de textos, bases de datos y documentos electrónicos, gráficos e informaciones audiovisuales (expresión demasiado vaga a juicio de la Oficina Internacional - Regla 13.2)b) del Reglamento Común del Arreglo de Madrid y del Protocolo), alquiler de ordenadores, programas y periféricos informáticos; alquiler de instalaciones informáticas.

14189749 (41): Educación; suministro de entrenamiento; organización y dirección de clases; clases en línea; talleres; tutoriales y conferencias y distribución de materiales relacionados con los cursos; suministro de asesoramiento e información en el campo de la educación;

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

suministro de publicaciones en línea; edición de publicaciones electrónicas; servicios de video; audio y edición multimedia digitales; publicación de textos y obras gráficas de otros; edición musical; servicios de imágenes digitales; suministro de un sitio web para cargar; almacenar; compartir; ver y publicar imágenes digitales; videos; revistas en línea; y otros materiales multimedia relacionados; servicios de biblioteca en línea; suministro de información relacionada con la publicación de publicaciones electrónicas; entretenimiento; suministro de audio; video y contenido multimedia no descargable; alquiler de contenido de entretenimiento digital; suministro de programas de radio; suministro de juegos de computador en línea; suministro de un sitio web con contenido en los campos de música y entretenimiento; realización de concursos; suministro de información; opiniones y recomendaciones personalizadas de contenidos de entretenimiento; grabación; producción y edición de programas de radio y televisión; servicios de grabación; producción y edición en el campo de la música; videos y películas; creación de efectos visuales y gráficos para terceros; suministro de asesoramiento e información en materia del entretenimiento; organización de festivales de música y cine con fines culturales y de entretenimiento; presentación de actuaciones en vivo; suministro de instalaciones para actuaciones en vivo; servicios de reserva de boletas y de reserva para eventos de entretenimiento; deportivos y culturales; consulta e instrucción para el buen estado físico; suministro de instalaciones para el buen estado físico y ejercicio; suministro de un sitio web con información sobre el ejercicio y el buen estado físico; actividades deportivas y culturales; organización y realización de eventos deportivos; culturales y artísticos; suministro de horarios electrónicos en línea de eventos deportivos; educativos y de entretenimiento; distribución de cintas de vídeo; alquiler de juguetes; alquiler de equipos de juegos; adiestramiento de animales; modelado para artistas; organización de loterías.

SD2019/0021060 (9): Hardware y software.

SD2017/0095633 (9): Ordenadores; hardware; ordenadores de bolsillo; tabletas electrónicas; aparatos e instrumentos de telecomunicaciones; teléfonos; teléfonos móviles; teléfonos inteligentes; dispositivos de comunicación inalámbrica para la transmisión de voz, datos, imágenes, audio, vídeo y contenidos multimedia; aparatos de comunicación en red; dispositivos electrónicos digitales de bolsillo para suministrar acceso a Internet y enviar, recibir y almacenar llamadas telefónicas, correos electrónicos y otros datos digitales; hardware ponible; dispositivos electrónicos digitales para fijar al cuerpo que permiten el acceso a Internet y el envío, la recepción y el almacenamiento de llamadas telefónicas, correos electrónicos y otros datos digitales; relojes inteligentes; monitores de actividad ponibles; lectores de libros electrónicos; software informático; software de instalación, configuración, operación y control de ordenadores, periféricos informáticos, dispositivos móviles, teléfonos móviles, relojes inteligentes, dispositivos ponibles, auriculares, cascos auriculares, televisores, decodificadores de televisión, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo, sistemas de cine en casa y sistemas de entretenimiento; software de desarrollo de aplicaciones; software de juegos informáticos; contenido descargable de audio,

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

vídeo y multimedia grabados; periféricos informáticos; periféricos para ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; periféricos portátiles para ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; aparatos de autenticación e identificación biométricas; acelerómetros; altímetros; aparatos medidores de distancias; aparatos registradores de distancias; podómetros; monitores, pantallas de visualización, pantallas y controladores de realidad aumentada y virtuales; artículos de óptica; aparatos e instrumentos ópticos; cámaras; flashes para cámaras; teclados, ratones, alfombrillas de ratón, impresoras, unidades de disco y unidades de disco duro; aparatos de grabación y reproducción de sonido; grabadoras y reproductores digitales de audio y de vídeo; altoparlantes; amplificadores y receptores de audio; aparatos de grabación de voz y de reconocimiento de voz; auriculares; cascos auriculares; micrófonos; decodificadores de televisión; aparatos de radio; transmisores y receptores de señales radioeléctricas; sistemas de posicionamiento global (dispositivos GPS); instrumentos de navegación; controles remotos para el control de ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo, televisores, decodificadores de televisión, altavoces, amplificadores, sistemas de cine en casa y sistemas de entretenimiento; dispositivos ponibles para el control de ordenadores, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, relojes inteligentes, auriculares, cascos auriculares, grabadoras y reproductores de audio y de vídeo, televisores, decodificadores de televisión, altavoces, amplificadores, sistemas de cine en casa y sistemas de entretenimiento; aparatos de almacenamiento de datos; baterías; cargadores de pilas y baterías; conectores, acopladores, alambres, cables, cargadores, soportes, estaciones de acoplamiento, y adaptadores eléctricos y electrónicos para ordenadores, teléfonos móviles, ordenadores portátiles, periféricos informáticos, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, televisores, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; partes y accesorios de ordenadores, periféricos informáticos, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos móviles, dispositivos electrónicos ponibles, relojes inteligentes, televisores, decodificadores de televisión, y grabadoras y reproductores de audio y de vídeo; agendas electrónicas; máquinas de dictar; aparatos de medición; mandos a distancia.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

13274506

(9): Ordenadores; equipos informáticos; periféricos informáticos; equipos informáticos portátiles; dispositivos electrónicos digitales portátiles de bolsillo para grabar, organizar, transmitir, manipular y revisar archivos de texto, datos, imágenes, audio y audiovisuales, enviar y recibir llamadas telefónicas, mensajes de correo electrónico y otros datos digitales, para su uso en tanto que reproductores de sonido en formato digital, ordenador de bolsillo, agenda personal digital, agenda electrónica, bloc de notas electrónico, cámara y dispositivo de navegación y GPS electrónico; grabadoras y reproductores digitales de audio y vídeo; agendas electrónicas (PDA); agendas personales electrónicas; cámaras; teléfonos; teléfonos móviles; sistemas de navegación por satélite, a saber, sistemas GPS (sistemas de posicionamiento global); dispositivos de navegación electrónicos, a saber, receptores de navegación basados en el posicionamiento global por satélite (GPS); máquinas de videojuegos para su uso con pantallas, monitores o televisores externos; una gama de partes y accesorios para los productos antes mencionados; soportes, fundas, estuches, cubiertas, adaptadores eléctricos y mandos a distancia inalámbricos y con cables para los productos antes mencionados; unidades de memoria informáticas; unidades de disco informáticas; unidades de disco ópticas; hardware para redes informáticas; monitores de ordenador; monitores de pantalla plana; teclados de ordenador; cables de ordenador; módems; ratones; estaciones base electrónicas; transcodificadores; baterías; cargadores de baterías; conectores, hilos, cables y adaptadores eléctricos; dispositivos de manos libres; auriculares; cascos (auriculares); auriculares de botón; bafles; micrófonos; auriculares (cascos); una gama de software empresarial, doméstico, educativo y para programadores; archivos de audio y vídeo, películas, tonos de llamada, videojuegos, programas de televisión y emisiones de radio y audiolibros pro Internet descargables, así como dispositivos inalámbricos con música, películas, vídeos, televisión, famosos, deportes, noticias, historia, ciencias, política, comedias, programas de entretenimiento infantil, animación, cultura, actualidad y temas de interés general.

02041785

(42): Servicios de computador; recuperación de datos de computador análisis de datos; programación de computadores; actualización de software o programas de computador; mantenimiento de software o programas de computador; redes de comunicaciones y de computadores, y sistemas de computador; investigación y desarrollo de hardware o equipos de computador y software o programas de computador; servicios de hosting o albergue, publicación, creación y diseño de sitios web; servicios de diseño; servicios de diseño asistidos por computador; impresiones a la medida del cliente y diseños de mensajes, correspondencia y otras comunicaciones escritas que son enviadas por transmisión electrónica; servicios en línea para la búsqueda, recuperación, indexación y organización de datos en redes de comunicaciones y de computadores; suministro de uso de software o programas de computador en línea que no se pueden descargar; suministro de uso de software o programas de computador en línea que no se pueden descargar para comunicaciones a través de redes de comunicaciones globales o locales, incluyendo redes de satélite, celular, televisión, extranets, intranets e internet; análisis de datos

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

para detectar, erradicar y prevenir la ocurrencia de virus de computador; servicios relacionados con la protección de hardware o equipos de computador, software o programas de computador, redes computarizadas y sistemas computarizados contra fallas ataques o virus de computador; servicios para mejorar la ejecución, seguridad y funcionalidad de redes de comunicaciones y de computadores, servicios de asistencia en línea computarizada; servicios de soporte técnico relacionado con computadores, software o programas de software, telecomunicaciones y el internet; asesoría y suministro de información y recomendaciones en línea desde una base de datos computarizada o suministrada desde instalaciones en redes de comunicaciones globales o locales, incluyendo redes de satélite, celular, televisión, extranets, intranets e internet.

02026341

(9): Computadores, periféricos de computadores, computadores manuales, terminales de computador, asistentes digitales personales, organizadores electrónicos, libretas electrónicas, aparatos para grabación, transmisión y reproducción de sonido, imágenes, u otros datos; portadores de datos magnéticos, aparatos electrónicos digitales móviles, teléfonos, máquinas de juegos de computador, microprocesadores, tarjetas o tableros de memoria, monitores, pantallas, teclados, cables, modems, impresoras, video teléfonos, discos duros, cámaras; software o programas de computador, programas de computador pregrabados para manejo de información personal, software o programas de computador para manejo de bases de datos; software o programas de computador para reconocimiento de caracteres; software o programas de computador para manejo de telefonía, correo electrónico y software o programas de computador de mensajería, software o programas de computador de buscapersonas, software o programas de computador para sincronización de bases de datos, programas de computador para acceso, exploración y búsqueda de bases de datos en línea, software o programas de computador y configuración de programas de computador, a saber, programas de sistema operativo, programas de sincronización de datos, y programas de herramientas para el desarrollo y aplicación en computadores; aparatos electrónicos manuales para recibo y almacenado inalámbrico y/o transmisión de datos, particularmente mensajes, y dispositivos que permiten al usuario rastrear o manejar información personal; software o programas de computador para el redireccionamiento de mensajes, correo electrónico por internet, y/o otros datos para uno o mas dispositivos electrónicos manuales desde un almacenador de datos o asociado con un computador personal o un servidor; y software o programas de computador para la sincronización de datos entre una estación o dispositivo y una estación o dispositivo fijo o remoto; hardware o equipos de computador y periféricos de computador; maquinas facsímiles, contestadores automáticos para teléfonos con base en sistemas de recuperación de información; adaptadores, tarjetas adaptadoras conectores y conductores; medios para el almacenamiento de computador en blanco, fuente, tipos de letra, diseños y símbolos de tipo; chips, discos y cintas o para registrar programas de computador; memoria de acceso aleatoria, memoria de solo lectura aparatos de memoria de estado sólido; equipo e instrumentos de comunicación electrónica; aparatos e instrumentos de telecomunicaciones; juegos de computador y electrónicos; equipos

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

de computador relacionados para ser usado con el mismo; productos multimedia que comprenden o para ser usados con cualquiera de los bienes antes mencionados; productos interactivos que comprenden o para ser usados con cualquiera de los bienes antes mencionados; partes y accesorios para los bienes antes mencionados.

13269788

(35): Organización y realización de ferias, exposiciones y muestras comerciales de ordenadores, software, servicios en línea, tecnologías de la información y dispositivos electrónicos de consumo.

(41): Servicios pedagógicos, a saber, organización de cursos, talleres, conferencias y seminarios sobre ordenadores, software, servicios en línea, tecnologías de la información, diseño de sitios Web, vídeos y dispositivos electrónicos de consumo; organización de exposiciones, seminarios y conferencias; organización de cursos y talleres de formación profesional; servicios de formación informática; formación en materia de uso y manejo de ordenadores y software; facilitación de instalaciones para gimnasia de mantenimiento y ejercicios físicos; asesoramiento y enseñanza en materia de mantenimiento físico; facilitación de publicaciones en línea que consisten en boletines informativos sobre ordenadores y pedagogía; servicios de información sobre pedagogía por Internet; suministro de información en Internet sobre entretenimiento, a saber, sobre películas, música, vídeos, televisión, celebridades, deportes, noticias, historia, ciencias, política, comedias, entretenimiento para niños, animación, cultura y noticias de actualidad.

(42): Alojamiento de un sitio Web para subir, intercambiar, ver y publicar fotografías, imágenes digitales, películas, vídeos, diarios en línea, a saber, bitácoras sobre ámbitos de interés general, y material de entretenimiento multimedia del mismo orden en una red informática mundial.

07116472

(9): Equipos de computador; equipos de computador, a saber, servidores, computadores de escritorio, portátiles y computadores notebook; equipos de memoria de computador, drives de disco de computador; drives de disco óptico; equipos de computador; periféricos de computador y programas de computador para comunicación entre computadores múltiples y entre computadores y redes de computador local y global; equipos de redes de computador; aparatos de fuente de señal externa para conectar al televisor (stb); equipos de computador y programas de computador para la reproducción, procesamiento y producción de contenido de audio, video y multimedia; equipos y programas de computador para controlar la operación de dispositivos de audio y video y para ver, buscar y/o reproducir audio, video, televisión, películas, fotografías y otras imágenes digitales; y otros contenidos multimedia; monitores de computador; pantallas de cristal líquido; monitores de pantalla plana; teclados, cables, módems de computador; ratones para el computador; estaciones de acoplamiento electrónico; muebles especialmente diseñados para sostener equipos de computador y portátiles y dispositivos electrónicos digitales manos libres; baterías; baterías recargables; cargadores de baterías; paquetes de baterías; adaptadores de energía para computadores; conectores eléctricos, alambres, cables y adaptadores; controles remotos con cable e

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

inalámbricos para computadores y dispositivos electrónicos digitales manuales; auriculares y audífonos; auriculares estéreo; auriculares para colocar dentro del oído; amplificadores estéreo y estaciones de base para parlantes; parlantes estéreo; micrófonos; equipo de audio para vehículos, a saber, estéreos, parlantes, amplificadores, ecualizadores, fusiones, carcasas de para altavoces, bafles subterráneos para carros, reproductores mp3, conectores estéreo para reproductores mp; sistemas de sonido que comprenden controles remotos, amplificadores, parlantes y componentes de los mismos; adaptadores estéreo para automóviles; grabadoras de audio; receptores de radio; transmisores de radio; lectores de tarjetas de memoria electrónica; asistentes digitales personales; reproductores de audio y video digitales portátiles; organizadores electrónicos; cámaras; teléfonos; teléfonos móviles; videófonos; máquinas de juegos de computador, a saber, máquinas de juegos de video que tienen su propio soporte y consolas de juegos dedicados, dispositivos electrónicos digitales móviles y manuales para enviar y recibir llamadas telefónicas, correo electrónico y otros medios digitales; mp3 y otros formatos digitales de reproductores de audio y video; dispositivos electrónicos digitales portátiles y manuales para grabar, organizar, transmitir, recibir, manipular, reproducir y recibir archivos de texto, datos, imagen, audio y video; una línea completa de partes y accesorios electrónicos y mecánicos para dispositivos electrónicos digitales portátiles y manuales para grabar, organizar, transmitir, recibir, manipular, reproducir y revisar archivos de texto, datos, imágenes, audio y video, es decir, audífonos, micrófonos, controles remotos, baterías, cargadores de baterías, dispositivos para manos libres, teclados, adaptadores, antenas y amplificadores; partes y accesorios para teléfonos móviles, es decir forros para teléfonos móviles, estuches para teléfonos móviles, estuches para teléfonos móviles hechos de cuero o imitaciones de cuero, forros para teléfonos móviles hechos de tela o materiales textiles, cargadores para teléfonos móviles, baterías para teléfonos móviles, cargadores para teléfonos móviles, auriculares para teléfonos móviles, dispositivos manos libres para teléfonos móviles; estuches y bolsos para cargar, todo para ser usado con dispositivos electrónicos digitales portátiles y manuales; programas para el sistema operativo; programas de utilidad de computador para sistemas operativos de computador; una línea completa de programas de computador para negocios, el hogar, educación, e inmobiliarias; programas de computador para uso en la organización, transmisión, recepción, manipulación, reproducción y revisión de archivos de texto, datos, imágenes audio y video; programas de computador para manejo de información personal; programas de computador para manejo de bases de datos; programas de computador para reconocimiento de caracteres; programas de computador de correo electrónico y mensajes; programas de computador de telecomunicaciones para dispositivos inalámbricos conectivos, teléfonos móviles, dispositivos electrónicos digitales manuales, computadores, portátiles, usuarios de redes de computador, redes de computadores global; programas de computador de sincronización de bases de datos; programas de computador para tener acceso, ojear y buscar bases de datos en línea; programas de computador para desarrollar otros programas de computador; programas de computador para ser usados como una interfase de programación; programas de computador para ser

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

usados para compartir servidores de redes; programas de computador de redes de área local y amplia; programas de computador para comparar, corregir, y reproducir color; programas de computador para ser usados en edición digital de video y audio; programas de computador para ser usados para mejorar textos y gráficos; programas de computador para ser usados en justificación de fuente y calidad de fuente; programas de computador para ser usados para navegar y buscar una red de información de computadores global; programas de computador para ser usados en procesamiento de palabra y manejo de bases de datos; programas de computador de procesador de palabra que incorporan texto, hojas de cálculo, imágenes fijas y móviles, sonido y biblioteca de imágenes (clip art); programas de computador para ser usados para crear, descargar, transmitir, recibir, editar, extractar, codificar, decodificar, jugar, almacenar y organizar audio, video, imágenes fijas y otros medios digitales; programas de computador para analizar y detectar de problemas para otros programas de computador; programas de computador educativos para niños; programas de computador para juegos de computador; programas de computador para gráficas de computador; programas de computador para motores de búsqueda de computador; programas de computador para desarrollo de sitios en la red; programas de computador para visión remota, control remoto, distribución de comunicaciones y programas de computador dentro de sistemas de computador personales y a través de redes de computador; programas de computador para mantenimiento de archivos y recuperación de datos; programas de computador para grabar y organizar calendarios y cronogramas, listas de cosas para hacer, e información de contacto; programas de computador para funcionar relojes y relojes despertador; programas de computador y programas de computador pregrabados para manejo de información personal; programas de computador de correo electrónico y mensajes; programas de computador para tener acceso, ojear y buscar bases de datos en línea; programas de computador y programas oficiales del fabricante para operar programas de sistemas; medios de almacenamiento de computadores en blanco; manuales para el usuario en forma legible electrónicamente, legible por medio de una máquina o legible por medio de un computador para uso con, y vendidos como una unidad con, todos los productos anteriormente mencionados; publicaciones electrónicas descargables en la naturaleza de libros, revistas, panfletos, folletos, boletines, diarios y revistas en los campos de eventos deportivos y culturales, aplicaciones para equipos y programas de computador, telecomunicaciones, materias, educación, música, películas, juegos de video, y un amplio rango de temas de interés general para nivel k-12 y universitario; archivos descargables de audio y video, películas, tonos para teléfonos, juegos de video, programas de televisión, archivos digitales multimedia (pod casts) y libros de audio descargables por medio de internet y dispositivos inalámbricos relacionados con música, películas, videos, televisión, celebridades, deportes, noticias, historia, ciencias, política, comedia, entretenimiento para niños, animación, cultura, eventos actuales y temas de interés general; manuales de instrucción empacados en asociación con los anteriores.

Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Esta Dirección encuentra una relación de conexidad entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 9° Internacional y los que distinguen las marcas registradas en la **clase 9ª** Internacional, no solo en razón a que pertenecen al mismo Clasificador Internacional de Niza, sino gracias a que existe identidad en los productos relacionados, al coincidir en la identificación de ordenadores, software y aparatos de comunicación.

Igualmente, se encuentra una relación de conexidad entre los servicios que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 41° Internacional y los que distinguen las marcas registradas en la **clase 41ª** Internacional, no solo en razón a que pertenecen al mismo Clasificador Internacional de Niza, sino gracias a que existe identidad en los servicios relacionados, al coincidir en la identificación de servicios de formación y de entretenimiento.

finalmente, se encuentra una relación de conexidad entre los servicios que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 42° Internacional y los que distinguen las marcas registradas en la **clase 42ª** Internacional, no solo en razón a que pertenecen al mismo Clasificador Internacional de Niza, sino gracias a que existe identidad en los servicios relacionados, al coincidir en la identificación de servicios tecnológicos, diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

En efecto, la Dirección observa que dada la identidad de los productos y servicios que identifican los signos en conflicto no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos y servicios identificados por los mismos.

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.

Aunado a lo anterior, entre los productos y servicios restantes existe relación de conexidad por razonabilidad:

Razonabilidad

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como *“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 (...)”*¹⁸.

Al analizar la cobertura de los signos en conflicto, esta Dirección encuentra son competitiva y razonablemente conexos.

Lo anterior, toda vez que los productos y servicios atrás descritos pertenecen al mismo sector de las tecnologías de la información y las comunicaciones, donde se encuentran los productos de la clase 9ª relacionados con software, hardware, aparatos de

¹⁸ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

comunicación, teléfonos, dispositivos informáticos, entre otros; los servicios de la clase 35 de organización y realización de ferias, exposiciones y muestras comerciales de ordenadores, software, servicios en línea, tecnologías de la información y dispositivos electrónicos de consumo, los servicios de la clase 42 de desarrollo de apps, de investigación y desarrollo tecnológico, etc., y los servicios de la clase 41 que recaen sobre este mismo sector, ofreciendo educación y formación en este campo, o entretenimiento relacionados con este sector.

Por lo tanto, en atención al principio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los productos y servicios que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de productos y servicios del titular de la marca antecedente, lo cual puede llevar a que se configure riesgo de confusión indirecto en el consumidor.

Notoriedad del signo distintivo opositor

El opositor alega la notoriedad del siguiente signo:

Signo	Titular	Cobertura
	APPLE INC.	Industria de tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software

En primer lugar, debemos tener presente que el opositor pagó la tasa para el estudio de notoriedad una de sus marcas, siendo en este caso la marca FIGURATIVA acabada de relacionar dado que es sobre la que fundamenta su escrito de oposición.

Pronunciamientos previos acerca de la notoriedad de la marca FIGURATIVA

- Resolución No. 33525 proferida el 30 de mayo de 2013, dentro del expediente 2012-109536, por medio de la cual declaró la notoriedad de las marcas APPLE (Nominativa) y del signo figurativo para la Industria de tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, para el periodo comprendido entre el año 2007 y junio de 2012.
- Resolución No. 44083 proferida el 17 de julio de 2014, dentro del expediente 13-187678, por medio de la cual se extendió la notoriedad del signo figurativo APPLE para distinguir computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música y software en Colombia hasta agosto de 2013.
- Resolución No. 24081 proferida el 9 de mayo de 2017, dentro del expediente 15171352, por medio de la cual se extendió la notoriedad del signo APPLE y FIGURATIVA (diseño de una manzana) para los productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, productos de la clase 9 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre el año 2014 a agosto de 2016.
- Resolución No. 58033 proferida el 15 de septiembre de 2017, dentro del expediente 16136969, por medio de la cual se extendió la notoriedad de las marcas APPLE



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

(Nominativa) y APPLE (Figurativa) para distinguir tecnología especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música y software, desde agosto de 2013 hasta agosto de 2016.

- Resolución No. 464 proferida el 5 de enero de 2018, dentro del expediente SD2017/0040004, por medio de la cual se extendió la notoriedad de los signos APPLE y FIGURATIVA para identificar productos de la industria de la Tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, productos de la clase 09 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre agosto de 2016 y abril de 2017.

- Resolución No. 3841 proferida el 24 de enero de 2018, dentro del expediente 16068562, por medio de la cual se confirmó el reconocimiento de la notoriedad del signo APPLE y FIGURATIVA (diseño de una manzana) para los productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, productos de la clase 9 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre el año 2014 a agosto de 2016.

- Resolución No. 20985 proferida el 23 de marzo de 2018, dentro del expediente SD2017/0024681, por medio de la cual se extendió la notoriedad de los signos APPLE y para identificar productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, productos de la clase 09 de la Clasificación de Niza, por el período comprendido entre agosto de 2016 y abril de 2017.

- Resolución No. 31191 proferida el 29 de Julio de 2019, dentro del expediente SD2017/0045082, mediante la cual se extendió el reconocimiento de las marcas APPLE y FIGURATIVA (diseño de una manzana), que identifican productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, para el periodo comprendido entre agosto de 2016 y marzo de 2019.

- Resolución No. 16198 proferida el 30 de marzo de 2023, dentro del expediente SD2022/0024942, mediante la cual se extendió el reconocimiento de la notoriedad de la marca FIGURATIVA (diseño de una manzana), que identifica productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, para el periodo comprendido entre marzo de 2019 a julio de 2022.

Valoración del acervo probatorio

En relación con los requisitos que deben reunir las pruebas, el Consejo de Estado, mediante auto de 26 de septiembre de 2019, indicó: “[...] i) la pertinencia de una prueba debe revisar que la prueba guarde relación con los hechos que se pretenden demostrar; ii) la conducencia de una prueba debe revisar que el medio probatorio propuesto sea adecuado para demostrar el hecho; para lo cual: a) debe estar autorizado y no prohibido expresa o tácitamente por la ley; y b) el medio probatorio no debe estar prohibido en particular para el hecho que con este se pretende probar; iii) la utilidad de una prueba debe revisar que no sea manifiestamente superflua, es decir, que no tenga razón de ser, porque ya están probados los hechos o porque el hecho está exento de prueba [...]”¹⁹.

¹⁹ Consejo de Estado, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Quinta, providencia de 3 de marzo de 2016, C.P. Carlos Enrique Moreno Rubio, núm. único de radicación 11001-03-25-000-2015-00018-00.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Así las cosas, procederá la Dirección a valorar el acervo probatorio aportado por la sociedad opositora, el cual busca demostrar que la marca **FIGURATIVA (diseño de una manzana)**, continúa siendo notorio para identificar productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, teniendo en cuenta los criterios para declarar la notoriedad de un signo, que establece el artículo 228 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina²⁰.

Pruebas tendientes a demostrar el grado de conocimiento de la marca entre los miembros del sector pertinente dentro de cualquier País Miembro (literal a) del artículo 228 de la Decisión 486

El conocimiento de la marca entre los miembros del sector pertinente es un factor primordial para establecer su connotación de notoria, toda vez que demuestra que el objetivo para el que fue creada se ha cumplido a cabalidad, es decir que ha servido para identificar los productos de su titular.

Así, en primera medida se reafirma que el sector pertinente de la marca **FIGURATIVA (diseño de una manzana)**, que pretende la notoriedad, está comprendido por aquellas personas naturales o jurídicas dedicadas a la fabricación, comercialización, distribución, consumo y provisión de productos de la industria de tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, incluyendo todos aquellos individuos y actores relacionados con la industria de tecnología.

En esa medida, la notoriedad de la marca implica el conocimiento y difusión de esta en dicho sector, en donde pruebas como las que se estudian, son indiciarias en lo que al conocimiento de marca se refiere, pues mediante un método cualitativo como éste se puede inferir que el signo ha sido perceptible por el público consumidor. Con la finalidad de acreditar el cumplimiento de este aspecto relacionado con la visibilidad y conocimiento de la marca en el sector, se allegaron las siguientes pruebas relacionadas con publicaciones o artículos no pagos en medios de comunicación y publicaciones o artículos en revistas especializadas (top of mind, preferencia de consumidores), como se verá a continuación:

- Anexo 13 Apple lanzará AirPods con cámara y unas gafas similares a las de Meta: esto se sabe. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades- tecnologia/apple-lanzara-airpods-con-camara-y-unas-gafas-similares-a-las-de-meta-3390269>, de fecha 15 de octubre de 2024, con la siguiente información:



²⁰ Superintendencia de Industria y Comercio. Dirección de Propiedad Industrial. Resolución N°40786, 28 de Julio de 2011.

Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911



- Anexo 14 Apple revoluciona el mercado con el lanzamiento de los iPhone 16 Pro y iPhone16ProMax. Disponible en: <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/apple-revoluciona-el-mercado-con-el-lanzamiento-de-los-iphone-16-pro-y-iphone-16-pro-max-3379510>, publicado el 9 de septiembre de 2024:



- Anexo 15 Apple Event | Conozca el nuevo iPhone 16, Apple Watch, su precio en Colombia y todas las novedades. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades- tecnologia/en-vivo-apple-event-donde-ver-al-nuevo-iphone-16-hora-y-las-novedades-que-se-esperan-3379246>, de fecha 9 de septiembre de 2024.
- Anexo 16 Apple estrena una web para su servicio de podcast con funciones mejoradas. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/apps/apple-estrena- una-web-para-su-servicio-de-podcast-3373437>, de fecha 20 de agosto de 2024.



- Anexo 17 Apple alcanza un nuevo récord tras mejora de recomendación de Morgan Stanley. Disponible en <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/apple-alcanza-nuevo-record-tras-mejora-de-recomendacion-de-morgan-stanley-3362434>, de fecha 15 de julio de 2025.



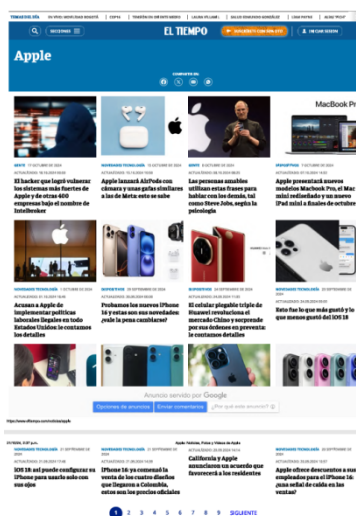
Ref. Expediente N° SD2025/0026911



- Anexo 18 Todo lo que podrá hacer con Apple Intelligence, la nueva IA para Mac, iPhone y iPad. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades- tecnologia/todo-lo-que-podra- hacer-con-apple-intelligence-la-nueva-ia-para-mac-iphone-y-ipad-3351572>, de fecha 11 de junio de 2024.



- Anexo 19 Sección de noticias de APPLE en El Tiempo. Disponible en <https://www.eltiempo.com/noticias/apple>



- Anexo 20 Ahora es posible usar Apple Music y Apple TV desde un computador Windows. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/ahora-es-posible-usar-apple-music-y-apple-tv-desde-un-computador- windows/202451/>, de fecha 9 de febrero de 2024.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911



- Anexo 21 Apple prepara una función que es ideal para los usuarios que dejan caer su iPhone al agua. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-prepara-una-función-que-es-ideal-para-los-usuarios-que-dejan-caer-su-iphone-al-agua/202436/>, de fecha 18 de enero de 2024.



- Anexo 22 Usuarios iPhone en Colombia ya pueden descargar iOS 17.4: estas son las mejoras que tiene. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/usuarios-iphone-en-colombia-ya-pueden-descargar-ios-174-estas-son-las-mejoras-que-tiene/202430/>, de fecha 6 de marzo de 2024.



- Anexo 23 Este será el nuevo iPhone que Apple lanzaría dentro de unos meses; una llamativa cualidad lo haría muy popular. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/este-sera-el-nuevo-iphone-apple-lanzaria-dentro-de-unos-meses-una-llamativa-cualidad-lo-haria-muy->

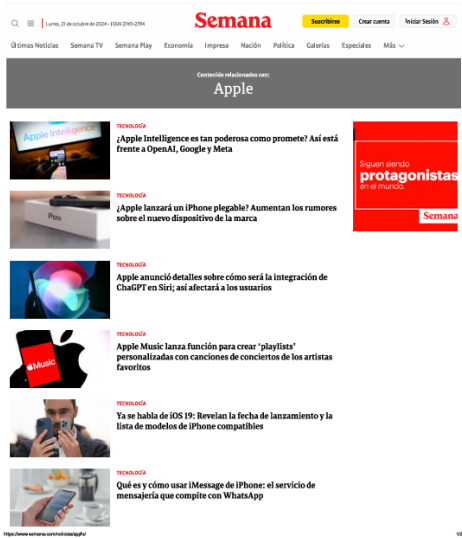
Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

popular/202456/, de fecha 20 de mayo de 2024.



- Anexo 24 Sección de APPLE en Revista Semana. Disponible en <https://www.semana.com/noticias/apple/>



- Anexo 25 Apple anuncia el evento 'Scary Fast' el 30 de octubre para lanzar nuevos productos. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-anuncia-el-evento-scary-fast-el-30-de-octubre-para-lanzar-nuevos-productos-3735349> , de fecha 24 de octubre de 2023.



- Anexo 27 Apple lanza iOS 16.3: ¿qué trae para los usuarios la próxima actualización? Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/ios-16-3-cuales-novedades-trae-la-proxima-actualizacion-del-iphone-3526693>, de fecha 20 de enero de 2023.
- Anexo 28 Apple presenta gafas Vision Pro en convención anual, en busca de una era post-iPhone. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-presenta-gafas-vision-pro-en-convencion-anual-en-busca-de-una-era-post-iphone-3630524>, de fecha 5 de junio de 2023.



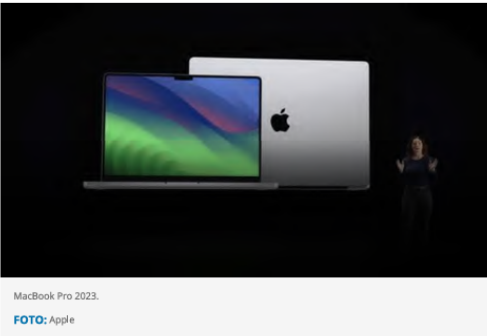
Ref. Expediente N° SD2025/0026911



- Anexo 29 Apple Intelligence se extiende hasta iPad con versión Mini y chip A17 Pro para su IA. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-intelligence-se-extiende-hasta-ipad-con-la-nueva-version-mini-y-chip-para-su-ia-3975855>, de fecha 15 de octubre de 2024.
- Anexo 30 Apple presenta los nuevos iMac y MacBook Pro 2023: precio, novedades y especificaciones. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/macbook-pro-2023-y-imac-2023-precio-novedades-y-especificaciones-de-estreno-de-apple-821509>, de fecha 30 de octubre de 2023.

MacBook Pro 2023: así es la nueva versión

Con mejoras en su rendimiento, pantalla y más, Apple insiste que la **nueva versión del MacBook Pro** es "rápidamente aterradora", lo que la convierte en una de las principales del mercado de computadores de alta gama.

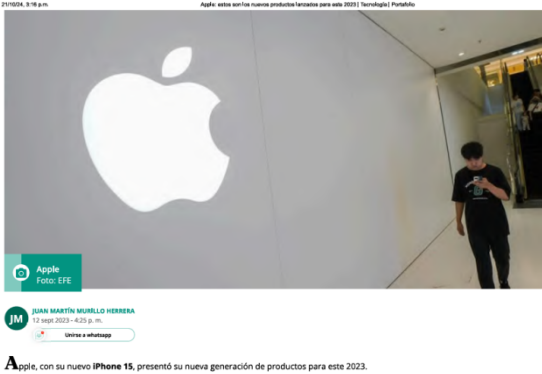


iMac 2023: también se renueva

El computador de escritorio de 24 pulgadas se podrá adquirir con la **actualización del chip M3**. Así mismo, incluye novedades en sus gráficos e interfaz para adaptarse a los usuarios exigentes.



- Anexo 31 Estos son los productos de la nueva generación de Apple del 2023. Disponible en <https://www.portafolio.co/tecnologia/apple-estos-son-los-nuevos-productos-lanzados-para-este-2023-588991>, de fecha 30 de octubre de 2023, de fecha 12 de septiembre de 2023



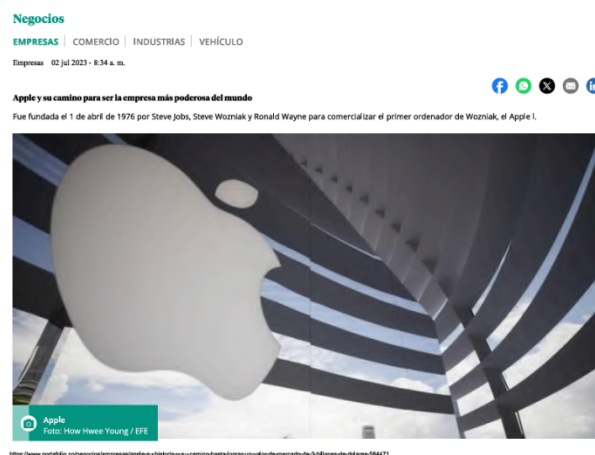
Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 32 Apple piensa en cómo hacer más productivos a los iPhone mientras están bloqueados. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-piensa-en-como-hacer-mas-productivos-a-los-iphone-mientras-estan-bloqueados/>, de 24 de mayo de 2023.
- Anexo 33 Inteligencia artificial impulsa acciones de Apple al máximo histórico: ¿por qué?. Disponible en <https://www.elespectador.com/economia/empresas/inteligencia-artificial-impulsa-acciones-de-apple-al-maximo-historico-por-que/>, de fecha 15 de octubre de 2024.



- Anexo 36 Apple y su camino para ser la empresa más poderosa del mundo. Disponible en <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/apple-su-historia-y-su-camino-hasta-lograr-un-valor-de-mercado-de-3-billones-de-dolares-584471>, de fecha 2 de julio de 2023.



- Anexo 37 Conozca el iPhone 14 y los nuevos dispositivos que lanzó Apple. Disponible en https://www.elespectador.com/tecnologia/lanzamiento-del-iphone-14-siga-el-evento-de-apple-en-vivo/?fbclid=IwY2xjawGCJTleHRuA2FlbQlXMQABHcix6wvP9yWapRxJ3klyrmRlpl2nGaf_AhjJrEJkjHNTaNwQXwj7DSVRUQ_aem_Y7zGFVoFKwWkpZlUk2AmcQ, de fecha 7 de septiembre de 2022
- Anexo 38 Apple confirmó la fecha del lanzamiento del iPhone 16: esto es lo que debe saber del evento y los anuncios que se esperan. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/apple-confirio-la-fecha-del-lanzamiento-del-iphone-16-esto-es-lo-que-debe-saber-del-evento-y-los-anuncios-que-se-esperan-3375438>, de fecha 26 de agosto de 2024.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911



- Anexo 39 Impresión del artículo Apple añade más funciones de Apple Intelligence con el lanzamiento de iOS 18.2. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-anade-mas-funciones-de-apple-intelligence-con-el-lanzamiento-de-ios-18-2-3408568>, de fecha 12 de diciembre de 2024.
- Anexo 40 Impresión del artículo Apple lanzará una pantalla para el hogar de 15 centímetros con Apple Intelligence en 2025, según Bloomberg. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-lanzara-una-pantalla-para-el-hogar-de-15-centimetros-con-apple-intelligence-en-2025-segun-bloomberg-3399674>, de fecha 14 de noviembre de 2024.
- Anexo 41 Impresión del artículo El iPhone 17 llegará con el primer chip wifi de Apple, según el analista Ming-Chi Kuo. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/dispositivos/el-iphone-17-llegara-con-el-primer-chip-wifi-de-apple-segun-el-analista-ming-chi-kuo-3396052>, de fecha 1 de noviembre de 2024.

El iPhone 17 llegará con el primer chip wifi de Apple, según el analista Ming-Chi Kuo

Los dispositivos de esta serie, previstos para la segunda mitad de 2025, contarán con esta pieza.



La empresa tiene novedades en su más reciente modelo. Foto: Stock / Apple



- Anexo 42 Impresión del artículo Piezas de reparación para iPhone 16 ya están disponibles por Apple. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/piezas-de-reparacion-para-iphone-16-ya-estan-disponibles-por-apple-3398606>, 11 de noviembre de 2024.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

EXPLICATIVO

Piezas de reparación para iPhone 16 ya están disponibles por Apple

Las reparaciones de autoservicio de Apple están recomendadas para personas con experiencia en el arreglo de dispositivos electrónicos.



Están disponibles en Estados Unidos y varios países europeos. Foto: Apple

- Anexo 43 Impresión del artículo Apple presenta novedad con los AirPods: usuarios se beneficiarán con esta herramienta. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-presenta-novedad-con-los-airpods-usuarios-se-beneficiaran-con-esta-herramienta/202426/>, de fecha 14 de diciembre de 2024.



A medida que los AirPods se convierten en una parte esencial, la marca presentó una nueva actualización para su uso. / Foto: Getty Images

Apple es una de las marcas de tecnología más influyentes en todo el mundo y que ha traído consigo una serie de innovaciones en materia tecnológica importantes. Es importante recordar que esta empresa ha sido pionera en varias áreas de la tecnología, al crear productos como computadoras, celulares y accesorios muy populares.



iOS 18.2 ya está disponible para descargar, trayendo consigo novedades como la integración de ChatGPT y las herramientas avanzadas de Apple Intelligence. / Foto: Composición de SEMANA; con imágenes de Getty y Apple

Es importante recordar que la marca de la manzana ha creado todo un ecosistema con el que los usuarios pueden trabajar de manera integral. Tiene dispositivos integrados como el iPhone, Mac, Apple Watch y AirPods. Estos últimos, se han destacado por ser unos audífonos versátiles y que se pueden utilizar tanto para disfrutar de la música, como para mantener reuniones y realizar otro tipo de tareas de manera inalámbrica.

- Anexo 44 Impresión del artículo IOS 18.2; estos son los teléfonos compatibles con el nuevo sistema operativo de Apple. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/ios-182-estos-son-los-telefonos-compatibles-con-el-nuevo-sistema-operativo-de-apple/202410/>, 13 de diciembre de 2024.



Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911



- Anexo 45 Impresión del artículo Siri se renueva y Apple le mejora la memoria: estas son las nuevas capacidades que tendrá en iPhone, Mac y más. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/siri-se-renueva-y-apple-le-mejora-la-memoria-estas-son-las-nuevas-capacidades-que-tendra-en-iphone-mac-y-mas/202400/>, de fecha 1 de diciembre de 2024.



- Anexo 46 Impresión del artículo Apple Visión Pro se prepara para una gran actualización: mejoras en rendimiento en su segunda versión. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-vision-pro-se-prepara-para-una-gran-actualizacion-mejoras-en-rendimiento-en-su-segunda-version/202412/>, de fecha 16 de noviembre de 2024.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911



- Anexo 47 Impresión del artículo Estas son las mejores aplicaciones para iPhone, iPad y Mac de 2024, según Apple. Disponible en <https://www.lavanguardia.com/andro4all/apple/estas-son-las-mejores-aplicaciones-para-iphone-ipad-y-mac-de-2024-segun-apple>, de fecha 12 de diciembre de 2024.
- Anexo 48 Impresión del artículo Apple presentó nueva colección de correas para el Apple Watch edición Pride 2025. Disponible en <https://www.larepublica.co/internet-economy/nueva-coleccion-de-correas-para-el-apple-watch-edicion-pride-4130432>, de fecha 10 de mayo de 2025.

COLECCIÓN APPLE PRIDE

• Tres correas para el Apple Watch

• Correas deportivas Edición Orgullo, la correa loop deportiva Edición Orgullo y la correa uniloop trenzada Edición Orgullo

• Disponible en Colombia en distribuidores autorizados como Alkosto, Alkomprar, K-tronix, Falabella, Mac Center, iShop y Mercado Libre

• Tamaños disponibles: 40 mm, 42 mm y 46 mm, en talla S/M y M/L

• Costo: **US\$49**

Fuente: Apple / Gráfica: LR-ST
Gráfico LR

Apple presentó nueva colección de correas para el Apple Watch edición Pride 2025

• Correas deportivas Edición Orgullo, la correa loop deportiva Edición Orgullo y la correa uniloop trenzada Edición Orgullo

• Disponible en Colombia en distribuidores autorizados como Alkosto, Alkomprar, K-tronix, Falabella, Mac Center, iShop y Mercado Libre

• Tamaños disponibles: 40 mm, 42 mm y 46 mm, en talla S/M y M/L

• Costo: **US\$49**

Fuente: Apple / Gráfica: LR-ST
Gráfico LR

Nueva carátula y fondos de pantalla

• Carátula Pride Harmony para el Apple Watch

• Fondos de pantalla del iPhone y el iPad estarán disponibles en una próxima actualización de software con watchOS 11.5, iOS 18.5 y iPadOS 18.5

Nuevos fondos de pantalla

Junto a la colección también llegan nuevos fondos de pantalla para el iPad, iPhone y una nueva carátula Pride Armony para el Apple Watch. En el caso del iPhone y el iPad los wallpaper tienen colores que cambian de posición cuando los usuarios mueven, bloquean o desbloquean los dispositivo.

"La carátula Pride Harmony y los fondos de pantalla del iPhone y el iPad estarán disponibles en una próxima actualización de software con watchOS 11.5, iOS 18.5 y iPadOS 18.5", dijeron desde la marca de tecnología.

ARTÍCULO RELACIONADO

Conozca los cambios que han tenido los iPhone, AirPods y Apple watch en 10 años

- Anexo 50 Impresión de pantalla del artículo Apple presentará hoy un nuevo iPhone con sistema renovado e inteligencia artificial. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-presentara-nuevo-iphone-con-sistema-renovado-e-ia-4066195>, de fecha 19 de febrero de 2025.

CIFRAS DETRÁS DE APPLE

CUARTO TRIMESTRE

Ingresos cuarto trimestre de 2024: **US\$134.300 millones**

Ingresos de iPhone: **US\$60.140 millones**

Ingresos de Mac: **US\$8.990 millones**

Margen bruto: **46,5% frente a 46,5% estimado**

US\$178.320 millones

Apple es la empresa más valiosa del mundo con una capitalización de mercado de **US\$1.67 billones**

US\$195.760 millones

Apple vendió 225,9 millones de iPhone el año pasado, lo que representó **US\$68.140 millones** en ingresos

US\$294.130 millones

GLOBOECONOMÍA

Apple presentará hoy un nuevo iPhone con sistema renovado e inteligencia artificial

miércoles, 19 de febrero de 2025

f x in GUA

- Anexo 51 Impresión de pantalla del artículo Apple anuncia la nueva actualización de iOS: estas son las mejoras más significativas. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-anuncia-la-nueva-actualizacion-de-ios-estas-son-las-mejoras-mas-significativas/202518/>, de fecha 7 de mayo de 2025.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911



Apple anuncia la nueva actualización de iOS. | Foto: NurPhoto via Getty Images

Apple confirmó que la siguiente actualización de su sistema operativo estará "próximamente disponible", por lo que todo indicia que este lanzamiento, para el público en general, se realizará la próxima semana.



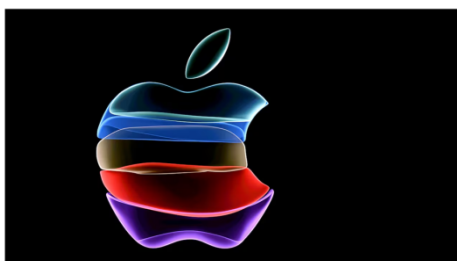
- Anexo 52 Impresión de pantalla del artículo Apple planea incorporar motores de búsqueda impulsados por IA en Safari: ¿cómo cambiaría la experiencia de los usuarios? Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-planea-incorporar-motores-de-busqueda-impulsados-por-ia-en-safari-como-cambiar-la-experiencia-de-los-usuarios/202520/>, de fecha 9 de mayo de 2025.



Apple estudia añadir motores de búsqueda con inteligencia artificial a Safari. | Foto: Getty Images

Apple está estudiando la posibilidad de incorporar motores de búsqueda impulsados con inteligencia artificial (IA) a su navegador Safari, un cambio que podría poner fin a su colaboración con Google.

- Anexo 53 Impresión de pantalla del artículo Apple revoluciona el diseño de sus iPhone con un modelo plegable: esto es lo que se sabe del nuevo dispositivo. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-revoluciona-el-diseno-de-sus-iphone-con-un-modelo-plegable-esto-es-lo-que-se-sabe-del-nuevo-dispositivo/202514/>, de fecha 8 de abril de 2025.
- Anexo 54 Impresión de pantalla del artículo Apple le apuesta a doctores y entrenadores personalizados en su nuevo servicio de salud: así funcionarán. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-le-apuesta-a-doctores-y-entrenadores-personalizados-en-su-nuevo-servicio-de-salud-asi-funcionaran/202501/>, de fecha 31 de marzo de 2025.



Apple planea presentar sus nuevos servicios para desarrolladores en junio de este año. | Foto: AFP

Apple trabaja en un rediseño para su aplicación de salud para incorporar a un doctor de inteligencia artificial (IA) que ofrecerá recomendaciones personalizadas a partir de los datos de los usuarios y actuará como entrenador personal.

- Anexo 55 Impresión de pantalla del artículo Filtran primeros detalles del iPhone 17 Ultra: diseño renovado y diferente destronaría a otra versión del teléfono. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/filtran-primeros-detalles-del-iphone-17-ultra-diseno-renovado-y-diferente-destonaria-a-otra-version-del-telefono/202554/>, de fecha 15 de marzo de 2025.

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

2025.

- Anexo 56 Impresión de pantalla del artículo Apple CarPlay cambia: así se verá de ahora en adelante y estos son los carros que podrán disfrutar de la actualización. Disponible en <https://www.semana.com/vehiculos/articulo/apple-carplay-cambia-asi-se-vera-de-ahora-en-adelante-y-estos-son-los-carros-que-podran-disfrutar-de-la-actualizacion/202515/>, de fecha 24 de febrero de 2025.
- Anexo 57 Impresión de pantalla del artículo iPhone 16e ya es oficial: Apple presenta su nuevo modelo económico con inteligencia artificial integrada. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/iphone-16e-ya-es-oficial-apple-presenta-su-nuevo-modelo-economico-con-inteligencia-artificial-integrada/202508/>, de fecha 19 de febrero de 2025.



El iPhone 16e cuenta con el chip A18, que mejora significativamente el rendimiento y la eficiencia. | Foto: Apple

Apple ha ampliado su gama de dispositivos con el lanzamiento del iPhone 16e, un modelo económico que ofrece potentes características, como velocidad, gran rendimiento, autonomía, y funciones avanzadas como Apple Intelligence y comunicación de emergencia por satélite, todo a un precio accesible.

- Anexo 58 Impresión de pantalla del artículo Apple presentará dos nuevos dispositivos en los próximos días: uno de ellos saldría a buen precio. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-presentara-dos-nuevos-dispositivos-en-los-proximos-dias-uno-de-ellos-saldria-a-buen-precio/202530/>, de fecha 8 de febrero de 2025.
- Anexo 59 Impresión de pantalla del artículo Apple mejora su función de mapas en 3D para ofrecer una experiencia más realista e inmersiva. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-mejora-su-funcion-de-mapas-en-3d-para-ofrecer-una-experiencia-mas-realista-e-inmersiva/202532/>, de fecha 1 de enero de 2025.
- Anexo 60 Impresión de pantalla del artículo Apple prepara un iPhone plegable y un modelo Pro hecho con vidrio para el 20 aniversario. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-prepara-un-iphone-plegable-y-un-modelo-pro-hecho-con-vidrio-para-el-20-aniversario-3442883>.



Apple también planea lanzar un modelo iPhone Pro rediseñado para el 20 aniversario. FOTO:ISTOCK

Primeros pasos con el iPhone 17

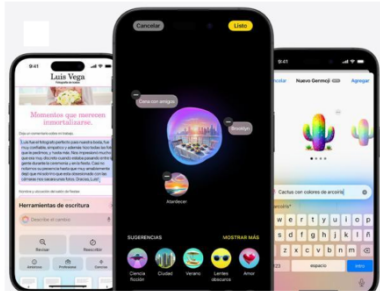
Antes de llegar al rediseño del 20 aniversario, Apple tiene previsto lanzar su serie iPhone 17 a finales de este año. Esta línea incluirá un modelo llamado iPhone 17 Air, que destacará por ser más delgado que los dispositivos actuales. Con un grosor dos milímetros inferior, este modelo refleja la intención de la compañía de reducir aún más las dimensiones de sus terminales e, incluso, contempló en algún momento la eliminación de los puertos de carga físicos.

- Anexo 61 Impresión de pantalla del artículo Llegó Apple Intelligence en español a Colombia: ¿en cuáles iPhone, iPad, Mac funciona?. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/llego-apple-intelligence-en-espanol-a-colombia-asi-se-usa-en-su-iphone-para-volverlo-mas-inteligente-3440533>, de fecha 1 de abril de 2025.

Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

iPhone 15 Pro y iPhone 15 Pro Max; iPad mini (con chip A17 Pro) y modelos de iPad y Mac con chip M1 y posteriores.



- Anexo 62 Impresión del artículo Así será el iPhone 17: conozca sus principales características y otras novedades. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/asi-sera-el-iphone-17-conozca-sus-principales-caracteristicas-y-otras-novedades-3436363>, de fecha 18 de marzo de 2025.



Podría marcar el inicio de una nueva generación de celulares iPhone. FOTO:INSTAGRAM: @APPLETECHIG

Según rumores, este nuevo iPhone 17 Ultra reemplazaría a la versión de los iPhone Pro Max, el cual comenzó a estar vigente desde el lanzamiento del iPhone 11.

- Anexo 63 Impresión de pantalla del artículo El nuevo iPhone 16e ya se vende en Colombia: estos son los precios en tiendas de Mac Center. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/el-nuevo-iphone-16e-ya-se-vende-en-colombia-estos-son-los-precios-en-tiendas-de-mac-center-3433294>, de fecha 7 de marzo de 2025.
- Anexo 64 Impresión de pantalla del artículo Apple presenta el iPad Air con chip M3 y un nuevo Magic Keyboard que sorprende a todos. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-presenta-el-ipad-air-con-chip-m3-y-un-nuevo-magic-keyboard-que-sorprende-a-todos-3432677>, de fecha 5 de marzo de 2025.



iPad Air con chip M3 es compatible con Apple Intelligence, FOTO:APPLE

Optimizado para Apple Intelligence

El iPad Air es diseñado para integrarse con Apple Intelligence, un sistema de asistencia personal basado en inteligencia artificial. Entre las funciones destacadas, la herramienta 'Limpiar' en la aplicación 'Fotos' permite eliminar objetos no deseados de las imágenes, mientras que la 'Varita Gráfica' en 'Notas' facilita la generación de ilustraciones a partir de bocetos.

- Anexo 65 Impresión de pantalla del artículo Llega Apple Intelligence en español: ¿cómo instalarla y en cuáles iPhone funciona?. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/llega-apple-intelligence-en-espanol-como-instalarla-y-en-cuales-iphone-funciona-3429343>, de fecha 21 de febrero de 2025.
- Anexo 66 Impresión de pantalla del artículo Apple presenta el iPhone 16E: características, precio y más detalles. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/apple-presenta-el-iphone-16e-caracteristicas-precio-y-mas-detalles-3428462>, de fecha 19 de febrero de 2025.

Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

2025.

- Anexo 67 Impresión de pantalla del artículo iOS 19: las posibles novedades que traerá Apple en el nuevo sistema operativo de sus iPhone y su fecha de lanzamiento. Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades-tecnologia/ios-19-para-iphone-posibles-novedades-y-fecha-de-lanzamiento-3419105>, de fecha 20 de enero de 2025.

iOS 19: las posibles novedades que traerá Apple en el nuevo sistema operativo de sus iPhone y su fecha de lanzamiento

Desde los rumores sobre una nueva Siri hasta las especulaciones de los cambios en la compatibilidad.



- Anexo 68 Impresión de pantalla del artículo El iPhone 16E pone a Apple por primera vez liderando las ventas. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/el-iphone-16e-pone-a-apple-por-primera-vez-en-el-primero-lugar-de-ventas/>, de fecha 15 de abril de 2025.



Apple en la cima por primera vez en la historia

Gracias al iPhone 16E, Apple lidera, por primera vez en su historia, las ventas de smartphones en el mundo. Ha superado en el primer trimestre de 2025 (enero a marzo) a otros gigantes del negocio como Samsung, segundo lugar, y Xiaomi, tercer lugar.

- Anexo 69 Impresión de pantalla del artículo Apple prepara iPhone plegable y versión Pro de vidrio

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

por su 20 aniversario. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-prepara-iphone-plegable-y-version-pro-de-vidrio-por-su-20-aniversario/>, de fecha 09 de abril de 2025.



- Anexo 70 Impresión de pantalla del artículo Apple prepara renovación del software para sus iPhone, iPad y Mac. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-prepara-renovacion-del-software-para-sus-iphone-ipad-y-mac/>, de fecha 11 de marzo de 2025.



- Anexo 71 Impresión de pantalla del artículo Apple TV+ será gratis el primer fin de semana de 2025: todo lo que debe saber. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-tv-sera-gratis-el-primer-fin-de-semana-de-2025-todo-lo-que-debe-saber/>, de fecha 02 de enero de 2025.
- Anexo 72 Impresión de pantalla del artículo Top 10 de los celulares más vendidos en 2024: ¿Quién domino el mercado global?. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/gadgets-y-apps/este-fue-el-celular-mas-vendido-en-el-mundo-en-2024/>, de fecha 04 de enero de 2025.



Según datos de Counterpoint Research, el iPhone 15 de Apple se posicionó como el smartphone más vendido a nivel mundial durante el tercer trimestre de 2024.

Celulares más vendidos en 2024

De acuerdo a la lista Counterpoint Research, los dispositivos más vendidos en el tercer trimestre de 2024, junto con su cuota de mercado, son:

1. iPhone 15 – 3.5 %
2. iPhone 15 Pro Max – 3.1 %
3. iPhone 15 Pro – 1.5 %
4. Samsung Galaxy A14 4G – 1.4 %
5. Samsung Galaxy A13 5G – 1.3 %
6. Samsung Galaxy A35 5G – 1.3 %
7. Samsung Galaxy A05 – 1.2 %
8. iPhone 14 – 1.1 %
9. Redmi 12 C 4G – 1.1 %
10. Samsung Galaxy S24 – 1.0 %

- Anexo 73 Impresión del artículo Amazon, Rakuten Kobo y Apple, las plataformas preferidas por los amantes de los ebooks. Disponible en <https://www.larepublica.co/internet-economy/amazon->

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

rakuten-kobo-y-apple-las-plataformas- preferidas-por-los-amantes-de-los-ebooks-4146863, de
fecha 31 de mayo de 2025.

•



- Anexo 74 Impresión del artículo Apple estaría en la búsqueda de simplificar la conexión a redes wifi-públicas con una nueva función en iOS 19. Disponible en <https://www.semana.com/tecnologia/articulo/apple-estaria-en-la-busqueda-de-simplificar-la-conexion-a-redes-wifi-publicas-con-una-nueva-funcion-en-ios-19/202544/>, de fecha 12 de mayo de 2025.



Apple también planea integrar un asistente de inteligencia artificial en su aplicación de Salud. | Foto: VW Pics/Universal Images Group v

Apple se encuentra inmersa en el desarrollo de una nueva función para su próxima actualización del sistema operativo iOS 19, destinada a mejorar la experiencia de conexión en redes wifi públicas.

- Anexo 76 Impresión del artículo Los estrenos de Apple TV desde mayo hasta agosto de 2025: 'Las bucaneras', 'Echo Valley' y más novedades. Disponible en <https://www.eltiempo.com/cultura/gente/los-estrenos-de-apple-tv-desde-mayo-hasta-agosto-las-bucaneras-echo-valley-y-mas-novedades-3458267>, de fecha 28 de mayo de 2025.
- Anexo 77 Impresión del artículo Apple lanzará nueva app para juegos en todos sus dispositivos. Disponible en <https://www.elespectador.com/tecnologia/videojuegos/appl-e-lanzara-nueva-app-para-juegos-en-todos-sus-dispositivos/>, de fecha 27 de mayo de 2025.



Apple también está planeando una versión para Mac de la aplicación que podrá acceder a juegos descargados fuera de la App Store.

- Anexo 78 Impresión del artículo ¿Apple pasará de iOS 19 a iOS 26?. Disponible en https://www.elespectador.com/tecnologia/apple-renovaria-sus-sistemas-operativos-en-2025-llegarian-ios-26-ipados-26-y-watchos-26/#google_vignette, de fecha 29 de mayo de 2025.
- Anexo 90 ¿Por qué nombraron a Colombia en la presentación mundial del iPhone 15 de Apple?

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Disponible en <https://www.eltiempo.com/tecnosfera/novedades- tecnologia/iphone-15-colombia- fue-nombrada-en-el-evento-de-apple-por-que-805180>, de fecha 12 de septiembre de 2023.

¿Por qué nombraron a Colombia en la presentación mundial del iPhone 15 de Apple?

El gigante tecnológico destacó un proyecto que tiene en nuestro país.



El nuevo iPhone 15 se exhibe durante un evento de Apple en el Teatro Steve Jobs en Apple Park el 12 de septiembre de 2023 en Cupertino, California. FOTO:JUSTIN SULLIVAN / GETTY IMAGES NORTH AMERICA / GETTY IMAGES VIA AFP

Como se logra evidenciar, existe un altísimo interés por parte de los medios de comunicación de informar a sus lectores todos los aspectos referentes a la marca APPLE: las actualizaciones de sus productos, los nuevos lanzamientos, eventos, etc., y si bien algunos de ellos refieren a la marca o empresa APPLE en la mayoría aparece reflejada la marca figurativa que es objeto de análisis, además no es posible desconocer que existe una clara asociación entre dicha figura y la referencia a APPLE, de manera que la continua difusión de noticias referentes a apple + figura, aunada al restante material probatorios y a las declaratorias de notoriedad previas, nos lleva a asumir que el consumidor está en la capacidad de valorar esta información en cuanto a su contenido en relación directa con la marca figurativa asociada, y que el conocimiento de la marca figurativa ha sido constantemente difundido en medios masivos de comunicación, siendo por tanto un indicio importante de su reconocimiento.

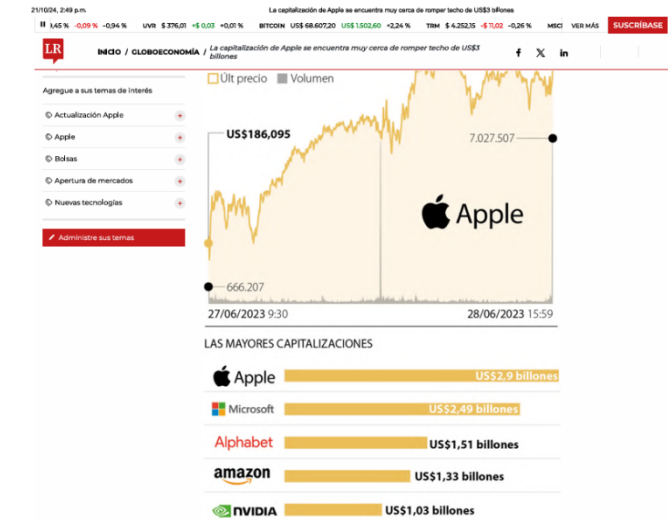
En especial, resulta pertinente resaltar que dos de esos medios tienen un espacio específico para publicaciones relacionadas con la marca APPLE + FIGURA, muestra de que existe una constante difusión de ella hacia el consumidor.

También se aportó una noticia referente a la capitalización de APPLE. Si bien esta información hace referencia al valor de la empresa, es válido asumir que siendo una empresa con un importante músculo financiero, sobre la cual constantemente se difunde información que resulta tener interés en los consumidores, esta información refuerza el indicio del especial reconocimiento que existe de la marca figurativa, máxime cuando dentro de la noticia misma se utiliza la imagen objeto de análisis, como se observa a continuación:

- Anexo 26 La capitalización de Apple se encuentra muy cerca de romper techo de US\$3 billones. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/la-capitalizacion-de-apple-se-encuentra->

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

muy-cerca-de-romper-techo-de-us-3-billones-3647093, de fecha 29 de junio de 2023.



Aunado a las publicaciones anteriores que refieren hechos de interés general sobre la marca, se aportaron publicaciones especializadas en informar rankings de posicionamiento de marca, resaltando la posición de la marca APPLE, de la siguiente manera:

- Anexo 34 Apple es la tecnológica que más vende en Colombia tras registrar aumento de 49,3%. Disponible en <https://www.larepublica.co/especiales/quien-es-quien-en-los-negocios/apple-es-la-tecnologica-que-mas-vende-en-el-pais-tras-registrar-incremento-de-49-3-3657032>, de fecha 13 de julio de 2023.



Además, vale resaltar que en el top 10 no solo está un representante de los productos ideados por el fabricante de los iPhone, pues iShop Colombia se posicionó en el octavo lugar con \$1,08 billones en ingresos y un alza superior a 150% en comparación con 2021. **“Sin importar las especificaciones que tenga, la gente compra Apple por el posicionamiento de marca que tiene”**, destacó Miguel Ángel Muñoz, director de Trend Techs.

Esta publicación resulta especialmente relevante en cuanto al reconocimiento de la marca figurativa se refiere por cuanto se menciona directamente que goza de un posicionamiento de marca, de ahí que los consumidores adquieran sus productos sin importar las especificaciones que tengan.

- Anexo 35 Gigantes tecnológicos Apple, Amazon y Google son las marcas más valiosas de 2022. Disponible en <https://www.larepublica.co/empresas/gigantes-tecnologicos-apple-amazon-y-google-son-las-marcas-mas-valiosas-de-2022-3484375>, de fecha 6 de noviembre de 2022.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

LR

LUNES, 21 DE OCTUBRE DE 2024

FINANZAS ECONOMÍA EMPRESAS OCIO GLOBOECONOMÍA AGRONEGOCIOS ANÁLISIS ASUNTOS CAJA INDICADORES INSIDE

LEGALES FUERTE

TEMAS DE CONVERSACIÓN

COPIS MINISTERIO DE AMBIENTE SUSANA MUHAMAD CALI BIODIVERSIDAD PRESUPUESTO GENERAL DE LA NACIÓN 2025 ORO

APROVECHE LAS TARIFAS DE

CYBER DAYS

COMPRE YA

SUSCRIPCIÓN

Impreso + Digital

LAS MARCAS MÁS VALIOSAS EN 2022

Ranking	Marca	2022 Brand Value (Miles de Millones)	País	Sector
1	Apple	\$355,1	Estados Unidos	Tecnología y servicios
2	amazon	\$350,3	Estados Unidos	Comercio minorista y bienes de consumo
3	Google	\$263,4	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones
4	Microsoft	\$184,2	Estados Unidos	Tecnología y servicios
5	Walmart	\$111,9	Estados Unidos	Comercio minorista y bienes de consumo
6	SAMSUNG	\$107,3	Corea del Sur	Tecnología y servicios
7	facebook	\$101,2	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones
8	ICBC	\$75,1	China	Banca y Seguros
9	HUAWEI	\$71,2	China	Tecnología y servicios
10	verizon	\$69,6	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones

Gigantes tecnológicos Apple, Amazon y Google son las marcas más valiosas de 2022

domingo, 6 de noviembre de 2022

f X in

GUARDAR

Con un aumento de 35% desde el informe del año pasado, Apple conserva su primer puesto en el ranking como la marca más valiosa del mundo, con un valor total de US\$355.000 millones.

Ranking	Marca	2022 Brand Value (Miles de Millones)	Países	Sector
1	Apple	\$355,1	Estados Unidos	Tecnología y servicios
2	amazon	\$350,3	Estados Unidos	Comercio minorista y bienes de consumo
3	Google	\$263,4	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones
4	Microsoft	\$184,2	Estados Unidos	Tecnología y servicios
5	Walmart	\$111,9	Estados Unidos	Comercio minorista y bienes de consumo
6	SAMSUNG	\$107,3	Corea del Sur	Tecnología y servicios
7	facebook	\$101,2	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones
8	ICBC	\$75,1	China	Banca y Seguros
9	HUAWEI	\$71,2	China	Tecnología y servicios
10	verizon	\$69,6	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones

Fuente: Visual Capital / Gráfico: LR-MN

Este es el valor de marca más alto jamás registrado en la historia del informe Global 500, que se publica cada año desde 2007. Y es que Apple se ha posicionado como una de las empresas de tecnología más grandes del mundo, dominando el mercado de los teléfonos inteligentes, especialmente en los EE.UU., donde más de 50% de los teléfonos inteligentes operativos ahora son iPhone.

Este ranking resulta relevante por cuanto hace referencia a que apple + figura se ha posicionado en el mercado de tecnología dominando el mercado de teléfonos inteligentes. Si bien es una referenciación mundial, abarca a Colombia, y permite observar que existe un reconocimiento especial sobre la misma no solo en el sector de tecnología en particular, sino en el mercado en generales.

- Anexo 49 Impresión de pantalla del artículo Apple sigue manteniendo su liderato en ranking de las marcas más valiosas de 2025. Disponible en <https://www.larepublica.co/globoeconomia/apple-sigue-manteniendo-su-liderato-en-ranking-de-las-marcas-mas-valiosas-de-2025-4093314>, de fecha 23 de marzo de 2025.

LR

LUNES, 12 DE MARZO DE 2025

FINANZAS ECONOMÍA EMPRESAS OCIO GLOBOECONOMÍA AGRONEGOCIOS ANÁLISIS ASUNTOS CAJA INDICADORES

LEGALES FUERTE

TEMAS DE CONVERSACIÓN

CARCEL ECOPETROL BANCOLOMBIA EPM FIC T.C. ESTADOS UNIDOS ESPORTACIONES SHEN TIANG DOLAR

OPORTUNIDADES EN EL NUEVO

COMERCIO MUNDIAL

INSCRIBASE

LAS 10 MARCAS MÁS VALIOSAS DEL MUNDO EN 2025

Ranking	Marca	2025 Brand Value (Miles de Millones)	País	Sector
1	Apple	\$355,1	Estados Unidos	Tecnología y servicios
2	amazon	\$350,3	Estados Unidos	Comercio minorista y bienes de consumo
3	Google	\$263,4	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones
4	Microsoft	\$184,2	Estados Unidos	Tecnología y servicios
5	Walmart	\$111,9	Estados Unidos	Comercio minorista y bienes de consumo
6	SAMSUNG	\$107,3	Corea del Sur	Tecnología y servicios
7	facebook	\$101,2	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones
8	ICBC	\$75,1	China	Banca y Seguros
9	HUAWEI	\$71,2	China	Tecnología y servicios
10	verizon	\$69,6	Estados Unidos	Medios y telecomunicaciones

Apple sigue manteniendo su liderato en ranking de las marcas más valiosas de 2025

domingo, 23 de marzo de 2025

f X in

GUARDAR

Apple sigue manteniendo su liderato en ranking de las marcas más valiosas de 2025

A pesar de las ventas moderadas de iPhone en 2024, la marca sigue dominando gracias a su presencia global y a la fuerte inversión en sus productos y servicios

En este ranking, la marca sigue manteniendo su liderazgo. Y observemos como e menciona que esta situación se debe a su presencia global y a la fuerte inversión en sus productos y servicios.

- Anexo 75 Impresión del artículo Estas son las marcas más valiosas del mundo. Disponible en <https://www.eltiempo.com/economia/empresas/estas-son-las-marcas-mas-valiosas-del-mundo-de-acuerdo-con-kantar-3454670>, de fecha 16 de mayo de 2025.

Página 61 de 83

Señor ciudadano, para hacer seguimiento a su solicitud, la entidad le ofrece los siguientes canales:
Teléfono en Bogotá: 601 592 04 00 – Línea gratuita a nivel nacional: 01 8000 910 165 –
Dirección: calle 24 #7-43 local 108, Bogotá D.C., Colombia – Teléfono: 601 587 00 00 –
www.sic.gov.co – e-mail: contactenos@sic.gov.co

Nuestro aporte es fundamental al usar menos papel contribuimos con el medio ambiente

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Estas son las marcas más valiosas del mundo, de acuerdo con Kantar

Desde 2006, el ranking Kantar BrandZ ha sumado más de 9,3 billones de dólares al Top 100 Global.



Apple anuncia sus nuevas betas Foto: iStock

Así va el listado

El Top 100 Global alcanzó un valor récord de 10,7 billones de dólares, lo que representa un aumento del 29 por ciento en comparación con el año anterior. **Según el informe, este crecimiento ha sido impulsado principalmente por marcas disruptivas y habilitadas por la tecnología.**

- **Apple** se mantiene en el primer lugar por cuarto año consecutivo, con un valor de marca de 1,3 billones de dólares, siendo la única marca que supera el billón.
- **ChatGPT** hace su debut en el ranking, siendo la entrada más alta desde que NVIDIA se unió en 2021.
- **Amazon** registra un aumento del 50% en su valor de marca, alcanzando los 866 mil millones de dólares, gracias a su posicionamiento en conveniencia y asequibilidad.
- **Instagram** crece un 101 por ciento y TikTok un 25 por ciento, reflejando el impacto de las redes sociales en el comercio directo al consumidor.

Esta publicación resulta especialmente relevante en cuanto a reconocimiento de marca, al mencionar que está posicionada en primer lugar, por cuarto año consecutivo.

- Anexo 91 Ranking Kantar Ibope 2022. Disponible en <https://www.kantar.com/es/Inspiracion/Marcas/BrandZ- top100-2022>, de fecha 15 junio 2022.

Apple recupera el status como la
marca más valiosa del mundo

En un momento de incertidumbre global, el valor de las 100 marcas más valiosas del mundo del ranking Kantar BrandZ ha aumentado un 23%.

15 junio 2022



RANK	Ranking	Brand	Country	2021 BrandZ value (\$B)	2022 BrandZ value (\$B)	Change
1	1	Apple	EEUU	947.062	611.997	55%
2	1	Google	EEUU	819.573	457.998	79%
3	-2	Amazon	EEUU	705.646	683.852	3%
4	0	Microsoft	EEUU	611.46	410.271	49%
5	0	Tencent	China	214.023	240.931	-11%
6	3	McDonald's	EEUU	196.526	154.921	27%
7	1	Visa	EEUU	191.032	191.285	0%
8	-2	Facebook	EEUU	186.421	226.744	-18%
9	-2	Alibaba	China	169.966	196.912	-14%
10	11	Louis Vuitton	Francia	124.273	75.73	64%



Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Rank 2022	Categoría	Primera marca	País de origen	Valor de marca 2022 (\$M)	Valor de marca 2021 (\$M)	% Cambio
1	Alcohol	Moutai	China	103.38	109.33	-5%
2	Moda	Nike	US	109.601	83.709	31%
3	Bancos	Wells Fargo	US	43.052	27.995	54%
4	Soluciones TIC empresariales	Microsoft	US	611.46	410.271	49%
5	Coches	Tesla	US	75.933	42.606	78%
6	Tecnología de consumo	Apple	US	947.062	611.997	55%
7	Fast Food	McDonald's	US	196.526	154.921	27%
8	Alimentación y bebidas	Coca-Cola	US	89.985	80.484	12%
9	Lujo	Louis Vuitton	France	124.273	75.73	64%
10	Medios y Entretenimiento	Google	US	766.779	N/A	N/A
11	Cuidado personal	L'Oréal Paris	France	47.48	38.309	24%
12	Retail	Amazon	US	281.695	N/A	N/A
13	Proveedores de Tecnología	Verizon	US	101.962	101.943	0%

- Anexo 92 Ranking Kantar Ibope 2023. Disponible en <https://www.kantar.com/es/inspiracion/marcas/kantar-brandz-global-2023>, de fecha 15 de junio de 2023.

Más artículos en Inspiración

Apple repite como marca más valiosa a nivel mundial en el ranking Kantar BrandZ 2023

Google y Microsoft completan el top 3, aunque el valor de marca de todas las empresas tecnológicas ha disminuido en 2023.

Kantar BrandZ Top 10 marcas más valiosas 2023

Posición	Marca	País de origen	Valor de marca en 2023 (\$Mil.)	Valor de marca en 2022 (\$Mil.)
1	Apple	US	880.455	947.062
2	Google	US	577.683	819.573
3	Microsoft	US	501.856	611.460
4	Amazon	US	468.737	705.646
5	McDonald's	US	191.109	196.526
6	Visa	US	169.092	191.032
7	Tencent	China	141.020	214.023
8	Louis Vuitton	France	124.822	124.273
9	MasterCard	US	110.631	117.253
10	Coca-Cola	US	106.109	97.883

- Anexo 93 Ranking Kantar Ibope 2024. Disponible en <https://www.kantar.com/es/inspiracion/marcas/apple-es-la-primera-marca-en-el-mundo-que-supera-el-billon-de-dolares-en-valor-de-marca>, de fecha 15 de junio de 2024.

Más artículos en Inspiración

Apple es la primera marca en el mundo que supera el billón de dólares en valor de marca

Las marcas más valiosas del mundo del nuevo ranking Kantar BrandZ Global 2024 se recuperan y logran un crecimiento del 20%.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Kantar BrandZ Top 10 Most Valuable Global Brands 2024			
Ranking 2024	Marca	Valor de marca 2024 (US\$ M)	Cambio anual (%)
1	Apple	1,015,900	15 %
2	Google	753,474	30 %
3	Microsoft	712,883	42 %
4	Amazon	576,622	23 %
5	McDonald's	221,902	16 %
6	NVIDIA	201,840	178 %
7	Visa	188,929	12 %
8	Facebook	166,751	79 %
9	Oracle	145,498	58 %
10	Tencent	135,215	-4 %

Valor total del Global Top 100 = 8.3 billones de dólares; +20 %

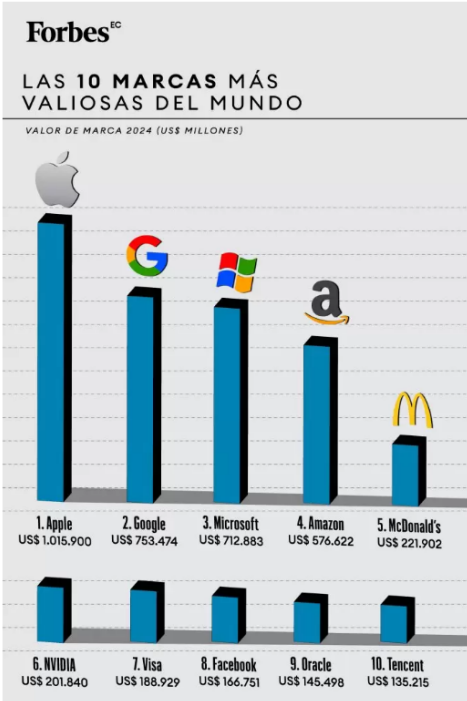
Estos informes de los años 2022, 2023 y 2024 permiten evidenciar que la marca APPLE es de las marcas más valiosas. Observemos como la publicación correspondiente al año 2022 contiene la imagen de la figura de la manzana, en consecuencia, es posible inferir que al hacer referencia a la marca APPLE, se incluye la especial figura. Máxime cuando esto se refleja en el material probatorio restante.

- Anexo 94 ¿Cuáles son las marcas más valiosas del mundo en 2024? Disponible en <https://www.forbes.com.ec/rankings/cuales-son-marcas-mas-valiosas-mundo-2024-n54811>, de fecha 19 Junio de 2024.



Apple alcanzó un récord histórico al convertirse en la primera marca valuada en un billón de dólares, según el informe 'Most Valuable Global Brands Report 2024' de Kantar BrandZ. Te presentamos el top de las 10 marcas más valiosas del mundo corporativo.

Apple se consolida en la cima del ranking por tercer año consecutivo como la marca más valiosa del mundo, con 15 % de crecimiento y una valuación que supera el billón de dólares.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 95 Ranking de las mejores marcas a nivel global en 2024, según Interbrand. Disponible en <https://interbrand.com/best-brands/>

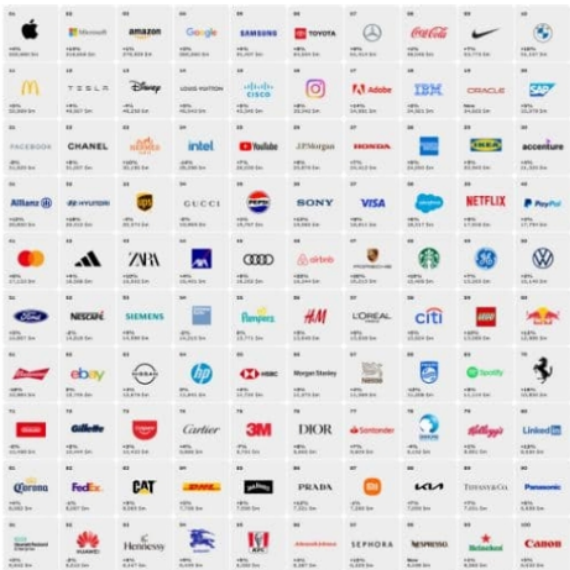
mejores marcas globales de 2024



- Anexo 96 “Apple es la marca con más valor del mundo, según el informe ‘Best Global Brands 2023’ de Interbrand”. Disponible en [https://marketinginsiderreview.com/apple-lidera-informe-best-global-brands-2023-interbrand/#:~:text=En%20concreto%2C%20como%20se%20desprende,de%20d%C3%B3lares%2C%20%20B1%25\).](https://marketinginsiderreview.com/apple-lidera-informe-best-global-brands-2023-interbrand/#:~:text=En%20concreto%2C%20como%20se%20desprende,de%20d%C3%B3lares%2C%20%20B1%25).)

21/10/24, 3:01 p.m.

Apple lidera el informe 'Best Global Brands 2023' de Interbrand



Las 10 marcas con más valor del mundo en 2023, según Interbrand

Las marcas tecnológicas continúan dominando el ranking un año más, siendo de esta naturaleza todas las enseñas del Top 5. En concreto, como se desprende del informe *Best Global Brands 2023* de Interbrand, Apple se mantiene, por undécimo año

<https://marketinginsiderreview.com/apple-lidera-informe-best-global-brands-2023-interbrand/#:~:text=En concreto%2C como se desprende, de dólares>

3/24, 3:01 p.m.

Apple lidera el informe 'Best Global Brands 2023' de Interbrand

consecutivo, en el primer puesto de la tabla con un valor de 502.680 millones de dólares (+4%); le siguen Microsoft (316.659 millones de dólares, +14%) y Amazon (276.929 millones de dólares, +1%).

- Anexo 97 “Según Interbrand, las marcas más valiosas del mundo son Apple, Microsoft y Amazon”. Disponible en <https://www.reasonwhy.es/actualidad/marcas-mas-valiosas-mundo-interbrand-best-global-brands-2022>, de fecha 3 de noviembre de 2022



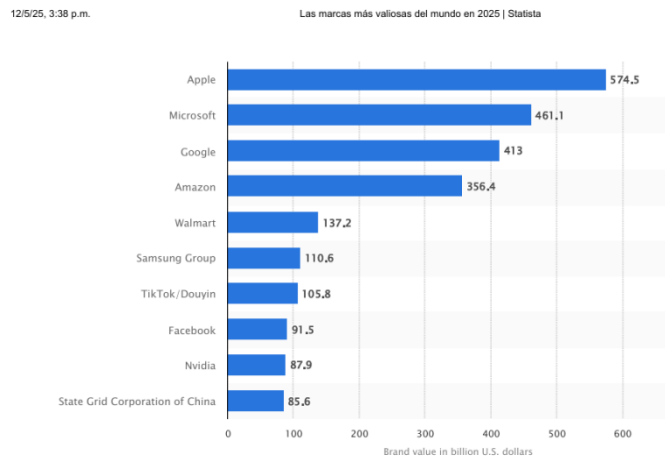
Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Según Interbrand, las marcas más valiosas del mundo son Apple, Microsoft y Amazon

- Apple se sitúa en primera posición con un valor de marca de 482.215 millones de dólares
- Zara y Santander son las dos marcas presentes en Best Global Brands 2022 de Interbrand



- Anexo 98 Impresión de pantalla del artículo Las marcas más valiosas del mundo en 2025. Disponible en <https://www.statista.com/statistics/264875/brand-value-of-the-25-most-valuable-brands/>,



- Anexo 99 Impresión de pantalla del artículo Cuatro marcas de tecnología lideran el ranking de las empresas más valiosas del mundo en 2025. Disponible en <https://www.valoraanalitik.com/las-marcas-mas-valiosas- del-mundo-en-2025/>, de fecha 21 de enero de 2025.

Cuatro marcas de tecnología lideran el ranking de las empresas más valiosas del mundo en 2025

Apple continuó en el primer lugar del escalafón, tras completar una valoración de US\$574.500 millones

Por: María Camila Pérez Godoy - 2025-01-21



Apple sigue siendo la marca más valiosa del mundo en 2025. Imagen: Cortesía.

Para este 2025, **Apple continuó en el primer lugar del escalafón, tras completar una valoración de US\$574.500 millones**, un 11 % más que en 2024. De cerca le siguió Microsoft, con US\$461.100 millones, pero una variación del 35 %; y más adelante también figuraron Google, con US\$413.000 millones y un aumento del 24 %; y Amazon, con US\$356.400 millones y un alza de 15 %.

- Anexo 100 Impresión de pantalla del artículo Las marcas más valiosas del mundo iniciando el 2025, según Brand Finance. Disponible en <https://www.bloomberglinea.com/negocios/las-marcas- mas-valiosas-del-mundo-iniciando-el-2025-segun-brand- finance/>, de fecha 28 de enero, 2025.

Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Bloomberg Línea — Cuatro de las cinco marcas más valiosas del mundo al iniciar 2025 son firmas tecnológicas y Estados Unidos tiene una clara dominancia en el listado, **aunque las compañías chinas desafían a los líderes establecidos**, según un reporte de la consultora Brand Finance, que realiza el informe con una metodología propia.

La firma tecnológica Apple (**AAPL**) volvió a posicionarse como la marca más valiosa del mundo y a excepción de 2023, cuando quedó detrás de Amazon (**AMZN**), ha ocupado el primer puesto desde 2021, dice la investigación **Global 500 2025**.

1. **Apple:** valor de marca de US\$574.500 millones (un 11 % más que en 2024)
2. **Microsoft (**MSFT**):** US\$461.100 millones (35%)
3. **Google (**GOOGL**):** US\$413.000 millones (24%)
4. **Amazon:** US\$356.400 millones (15%)
5. **Walmart (**WMT**):** US\$137.200 millones (2%)

- Anexo 101 Impresión de pantalla del artículo Apple, Google y Microsoft encabezan el ranking de las marcas más valiosas del mundo. Disponible en <https://forbes.co/2025/05/27/negocios/las-marcas-mas-valiosas-del-mundo-2025>, de fecha 27 de mayo de 2025.

3/6/25, 4:05 p.m.

Las marcas más valiosas del mundo 2025

COLOMBIA

Forbes

COPUSD

BRENT

ICF11

SPX

NDX

BTG

ADVERTORIAL

NEGOCIOS

Cafam Proyecta, el programa que impulsa el crecimiento integral de sus empresas afiliadas

PORTADA / NEGOCIOS

Apple, Google y Microsoft encabezan el ranking de las marcas más valiosas del mundo

Joselin Cuartas Barrios | mayo 27, 2025 @ 2:10:38 pm

ADVERTORIAL

NEGOCIOS

WeWork, el renacer de un del trabajo flexible

Lo más visto

1. La startup que quiere tumbar el trono de Claro, Tigo, Movistar y ETB con un internet más rápido y más barato

Archivo.

LAS 10 MARCAS GLOBALES MÁS VALIOSAS

Rank 2025	Brand	Brand Value 2025 (US\$ m)	YoY Change (%)
1	Apple	1,299,655	28%
2	Google	944,137	25%
3	Microsoft	884,816	24%
4	Amazon	866,118	50%
5	NVIDIA	509,442	152%
6	Facebook	300,662	80%
7	Instagram	228,947	101%
8	McDonald's	221,079	0%
9	Oracle	215,354	48%
10	Visa	213,348	13%

Total value of Global Top 100 = \$10.7tn; +29%



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 102 Impresión de apartes del reporte Marcas globales más valiosas de Kantar BrandZ 2025. Disponible en <https://www.kantar.com/Campaigns/BrandZ/Global> y/o https://indd.adobe.com/view/publication/891c8417-d62e-46ad-b2c2-2f103105b5ae/p8hx/publication-web-resources/pdf/Kantar_BrandZ_2025_Most_Valuable_Global_Brands.pdf (Pág 108).

KANTAR BRANDZ 2025 MOST VALUABLE GLOBAL BRANDS									
Rank	Brand	Brand Value (\$Bn)	% Change	Category	Rank	Brand	Brand Value (\$Bn)	% Change	Category
1	APPLE	1,299,655	28%	Consumer Technology and Services Platforms	41	YOUTUBE	89,710	33%	Media and Entertainment
2	GOOGLE	948,157	25%	Media and Entertainment	42	AT&T	88,978	14%	Media and Entertainment
3	MICROSOFT	894,816	24%	Business Technology and Services Platforms	43	TESLA	86,043	20%	Automotive
4	AMAZON	866,118	50%	Retail	44	ALIBABA	81,208	16%	Retail
5	NVIDIA	509,442	152%	Business Technology and Services Platforms	45	ADOBE	80,759	1%	Business Technology and Services Platforms
6	FACEBOOK	320,662	80%	Media and Entertainment	46	LINKEDIN	76,634	17%	Media and Entertainment
7	INSTAGRAM	228,947	101%	Media and Entertainment	47	TIKTOK	75,669	25%	Media and Entertainment
8	MCDONALD'S	221,019	0%	Food Retail	48	HUAWEI	74,446	13%	Telecom
9	ORACLE	215,354	48%	Business Technology and Services Platforms	49	STARBUCKS	69,722	0%	Food Retail
10	VISA	213,548	13%	Financial Services	50	SALESFORCE	69,503	35%	Business Technology and Services Platforms
11	TENCENT	194,005	29%	Media and Entertainment	51	CISCO	68,268	21%	Business Technology and Services Platforms
12	MASTERCARD	167,882	25%	Financial Services	52	AMERICAN EXPRESS	65,886	66%	Financial Services
13	IBM	125,973	28%	Business Technology and Services Platforms	53	SNAPDRAGON	65,632	N/A	Business Technology and Services Platforms
14	COCA-COLA	119,979	13%	Food and Beverages	54	HUAWEI	64,657	142%	Consumer Technology and Services Platforms
15	WALMART	119,580	72%	Retail	55	MARLBORO	64,101	11%	Telecom
16	NETFLIX	115,271	54%	Media and Entertainment	56	SERVICESNOW	62,481	57%	Business Technology and Services Platforms
17	LOUIS VUITTON	111,918	-14%	Luxury	57	CHANEL	62,292	4%	Luxury
18	HERMES	109,421	17%	Luxury	58	TEXAS INSTRUMENTS	59,863	45%	Business Technology and Services Platforms
19	TELEKOM/T-MOBILE	105,717	44%	Telecom Platforms	59	INTUIT	59,009	16%	Business Technology and Services Platforms
20	ACCENTURE	105,810	27%	Business Technology and Services Platforms	60	TATA CONSULTANCY SERVICES	57,553	28%	Business Technology and Services Platforms
21	COSTCO	100,809	67%	Retail	61	ADP	56,989	13%	Business Technology and Services Platforms
22	ARAMCO	93,554	13%	Energy	62	AMD	56,629	0%	Business Technology and Services Platforms
23	SAP	92,547	68%	Business Technology and Services Platforms	63	UPS	55,007	13%	Logistics
24	VERIZON	90,490	17%	Telecom Platforms	64	J.P. MORGAN	53,697	57%	Financial Services
25	THE HOME DEPOT	89,230	19%	Retail	65	MERCADO LIBRE	49,846	52%	Retail

Las publicaciones referenciadas demuestran que la marca APPLE + FIGURA se encuentra dentro de las marcas mas valiosas a nivel mundial. En una economía global de mercado está información que refleja el estatus mundial de la marca recae también sobre el mercado colombiano, especialmente cuando se analiza en conjunto con las restantes publicaciones que fueron referenciadas anteriormente, de ahí que exista un especial interés en el mercado por conocer información de interés sobre el comportamiento de los diferentes productos identificados bajo dicha marca.

En cuanto a preferencias se aportaron las siguientes publicaciones:

- Anexo 104 ¿Cuáles son las marcas favoritas de los niños y adolescentes en Colombia? Disponible en <https://www.iabcolombia.com/cuales-son-las-marcas-favoritas-de-los-ninos-y-adolescentes-en-colombia/>, de fecha 9 de febrero de 2023.

Algunos highlights:

– **Marcas favoritas (general):** Disney (18%) y Hot Wheels (16%) son las favoritas de los varones más pequeños (3 a 5 años). Entre los niños de 6 a 12 años destacan la Adidas (10%) y Hot Wheels (8%) . En el segmento teen, Adidas (24%) y Apple (14%) fueron las marcas más elegidas, seguidas por PlayStation y Apple/iphone, ambas con 10%.

Entre las niñas de 3 a 5 años, Disney (38%) es el claro ganador, y Barbie (8%) ocupa el 2do lugar. En el segmento entre 6 y 12 años, se repiten Disney (17%) y Barbie (12%). Finalmente, las adolescentes en Colombia tienen a Apple/Iphone (26%) como su marca favorita, seguida por Adidas (10%) y Coca Cola (7%).

- Anexo 105 Estudio revela que iphone es el celular favorito de los jóvenes Disponible en <https://www.infobae.com/tecno/2023/10/12/estudio-revela-que-el-iphone-es-el-celular-favorito-de-los-jovenes/>, de fecha 21 de octubre de 2024.

Estudio revela que el iPhone es el celular favorito de los jóvenes

El Apple Watch es el reloj más deseado del mercado por encima de marcas como Rolex, Casio y otras

Por [Renato Silva](#)
12 Oct. 2023 12:57 p.m. CO

Guardar



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 106 Impresión del artículo Apple vuelve a ser la compañía más admirada del mundo en 2025. Lleva 18 años consecutivos siéndolo. Disponible en <https://ipadizate.com/apple/apple-vuelve-a-ser-la-compania-mas-admirada-del-mundo-en-2025-lleva-18-anos-consecutivos-siendolo>, de fecha 30 de enero de 2025.

Apple vuelve a ser la compañía más admirada del mundo en 2025. Lleva 18 años consecutivos siéndolo

• ¡Apple vuelve a ser reconocida por su capacidad para mantenerse a la vanguardia de la innovación y la excelencia empresarial!

• YouTube ha dejado de ser compatible con estos iPhone y iPad en su última actualización



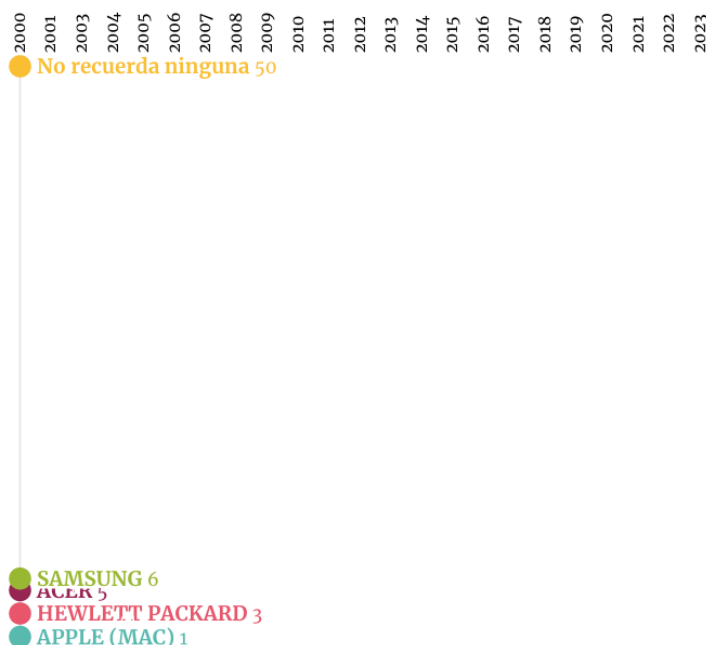
En el anterior artículo se puede observar la marca figurativa, dentro de una noticia que habla precisamente de la admiración sobre la compañía APPLE en el mundo, admiración que repercute en el reconocimiento que se tiene de los productos ofertados.

En relación con estudios de “TOP PF MIND” resulta pertinente reconocer como la marca APPLE siempre es mencionada dentro de estas clasificaciones y, además, si bien no en todos los casos ocupa los primeros lugares, debemos reconocer que la marca APPLE + FIGURA identifica productos que van dirigidos a un consumidor selectivo, dado que, el precio de sus productos restringe su consumo. Teniendo en cuenta lo anterior, se relacionan las siguientes pruebas:

- Anexo 108 Estudio “Top of Mind” realizado por Dinero en 2023. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-top-of-mind-2023/202337/>

Computadores

Play



COMPUTADORES

CON TODA LA MEMORIA

Aunque Hewlett Packard (HP) mantiene su tendencia descendente y perdió 6 puntos porcentuales este año, con 28 por ciento de top of mind, conserva el liderazgo en la recordación de la categoría de computadores. Por su parte, Lenovo, en segundo lugar, aumenta 2 puntos porcentuales y alcanza 19 por ciento de recordación, logrando su mejor indicador en la historia de este análisis, una tendencia creciente que trae desde 2020.El ‘no recuerda’ queda en 14 por ciento. Es en Barranquilla donde más recuerdan a HP, con 60 por ciento, en Medellín tiene el 29 por ciento. Esta vez los hombres recordaron más a HP, con 31 por ciento. A Lenovo la recuerdan más en

semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-top-of-mind-2023/202337/

10:01 a.m.

Ranking Top of Mind 2023 - Semana

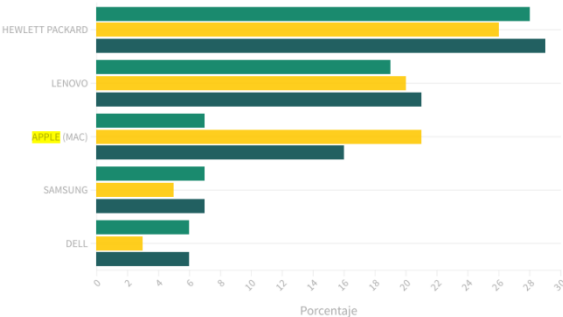
Bogotá, con 22 por ciento, mientras que por estrato gana en el 2, con 27 por ciento. En los indicadores de innovación y confianza, en el caso de HP registra 26 y 29 por ciento, respectivamente, y Lenovo queda con 20 y 21 por ciento. Sin embargo, la tercera marca –Apple– es la única del top tres que en innovación y confianza gana puntos frente al año pasado y quedó en innovación con 21 por ciento y en confianza con 16 por ciento.



TOP OF MIND

2023 2022

TOM Innovación Confianza



Categoría tecnología

Computadores

Nuevo líder

Lenovo desplaza a Hewlett Packard (HP) del primer lugar en la recordación de esta categoría en el segmento de niños y jóvenes. El nuevo líder lo logra con una suma de factores. Por una parte, gana 4 puntos porcentuales frente a 2022 que lo llevan a 23 por ciento, su cifra más alta a lo largo del estudio. Y, por otra, aprovecha la destorcida que ha tenido HP que de 2021 a 2023 ha perdido 15 puntos porcentuales y para este

v.semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-top-of-mind-2023/202337/

10:01 a.m.

Ranking Top of Mind 2023 - Semana

año llega a 19 por ciento, dejando atrás logros como el pico máximo que obtuvo en 2021 con 34 por ciento de top of mind

Apple mantiene su tercer lugar en esta categoría con 13 por ciento y Samsung, el cuarto, con 12 por ciento.

Tecnología

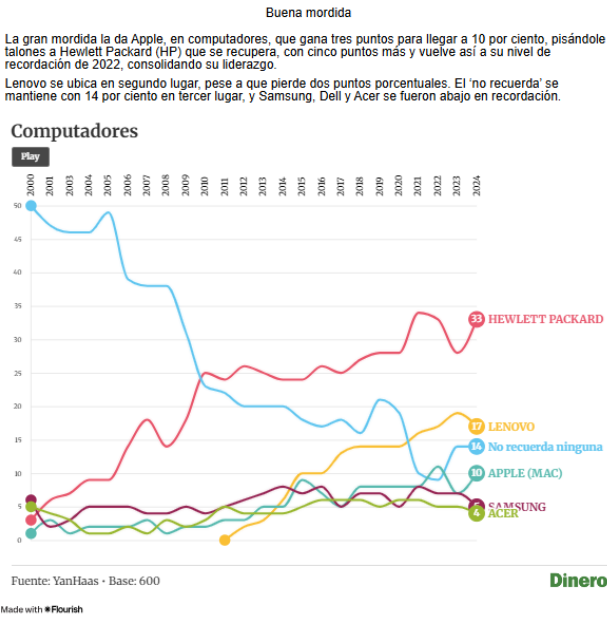
Todo a un clic, las marcas de tecnología han venido ganando espacio. Facebook es la más recordada entre las redes sociales, por encima de otras como Instagram, WhatsApp o la popular Tik tok. En computadores, Lenovo le recorta distancia a la líder Hewlett Packard (HP, segmento en el que la innovación tiene además de estas marcas, protagonistas como Apple.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 109 Estudio “Top of Mind” realizado por Dinero en 2024. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-de-las-marcas-mas-recordadas-por-los-colombianos-en-2024/202440/>

TECNOLOGÍA



COMUNICACIONES

Bien conectados

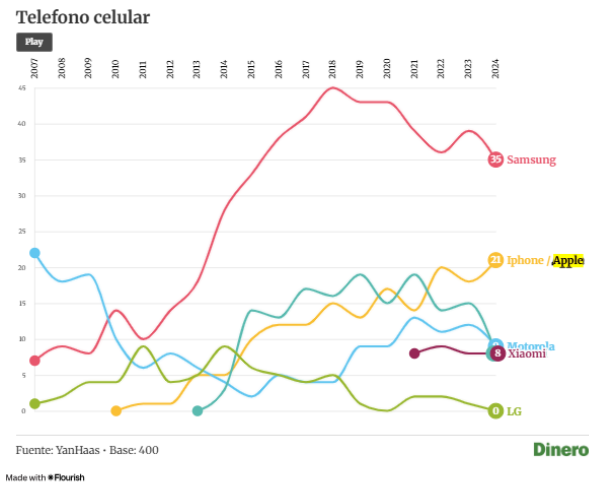
En telefonía celular, Claro sigue creciendo en el top of mind, esta vez ganó cuatro puntos porcentuales frente al año pasado. Y también esta marca de Telmex conserva su liderato entre los operadores de servicios de telefonía fija, televisión o internet, más conocidos como combos o tríos. Aquí, gana cinco puntos. Y a la hora de pensar en teléfonos celulares Samsung sigue en Primer lugar, aunque no creció, a diferencia de iPhone/Apple que ganó cuatro puntos.

COMUNICACIONES

Hiperconectados

Para los jóvenes la conexión es clave en sus vidas, y las marcas de telefonía, de celular o de los combos es algo inolvidable. En telefonía celular, al que más conocen es a Claro, con cinco puntos más que el año pasado. Luego aparece Tigo que perdió cinco puntos en la mente de los chicos.

Entre los operadores de tríos y combos de telecomunicaciones el que más recuerdan es a Claro que mantiene su liderazo en el top of mind, y en materia de teléfonos celulares Samsung es el inolvidable, aunque iPhone de Apple es el que muere tres puntos. Y entre los canales de TV, esta vez recuerdan menos a los tradicionales (Caracol y RCN) y crece Cartoon Network y Disney.



- Anexo 110 Estudio Top of Mind 2025- Revista Dinero. Disponible en <https://www.semana.com/especiales-editoriales/articulo/ranking-top-of-mind-2025-estas-son-las-marcas-mas-recordadas-en-el-pais/202511/>, de fecha 26 de abril de 2025.

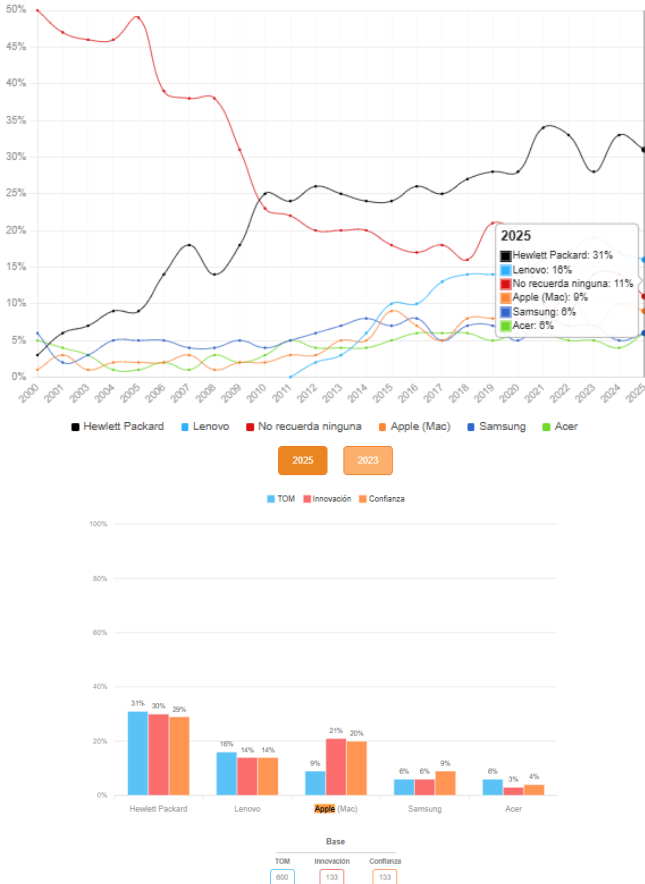


Categoría Tecnología

Pantalla a pantalla

Cuando los consultados piensan en computadores la primera marca que se les viene a la cabeza es Hewlett Packard (HP) que continúa liderando en el *top of mind* aunque pierde 2 puntos frente a 2024. Esta vez, su nivel de recordación alcanzó 31 por ciento, seguido por Lenovo con 16 por ciento, que también perdió un punto, **Apple**, en esta medición, bajó un punto con 9 por ciento, y el 'no recuerda' cayó 3 puntos al alcanzar 11 por ciento.

Computadores

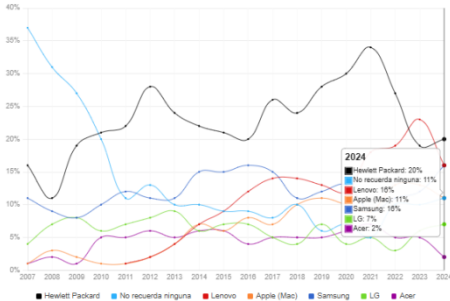


Categoría Tecnología

Sigue el ajedrez

En computadores, la mente de niños y jóvenes varía y no se casan con una sola marca. Aunque Hewlett Packard (HP) sigue siendo el líder en el *top of mind*, pierde 8 puntos frente a 2024. Este año Samsung empató con Lenovo, y Apple se mantiene. Y en redes sociales, nuevamente Facebook lidera en la medición, aunque pierde 7 puntos porcentuales en una carrera descendente que emprendió desde 2023. Le siguen Instagram y WhatsApp con menos puntos que el año pasado, a diferencia de Tik Tok y Youtube con 8 y 5 puntos más, respectivamente.

Computadores



Categoría Comunicaciones

El aló jaló

En telefonía celular, Claro sigue a la cabeza en el *top of mind* con 54 por ciento, seguida por Movistar que alcanzó 22 por ciento. Tigo llega a 15 por ciento y Wom a 4 por ciento.

En telecomunicaciones, que se refiere a servicios de telefonía fija, televisión e internet, Telmex/Claro obtiene 39 por ciento en la medición, y aunque se mantiene en el *top of mind* registra una caída de 8 puntos frente a 2024, caso contrario a Movistar que gana 6 puntos al llegar a 22 por ciento.

Y entre los teléfonos celulares Samsung, es el líder en el *top of mind* con 43 por ciento. Le sigue iPhone/Apple con 16 por ciento, Motorola también llega al tercer lugar con 13 por ciento, Huawei se mantiene en 5 por ciento y es Xiaomi la única marca que crece esta vez con dos puntos.

Estas pruebas analizadas en su conjunto resultan suficientes para demostrar que la marca FIGURATIVA ha sido difundida de manera persistente y significativa, y que existe un especial reconocimiento de la misma en el mercado estando presente en los diferentes rankings de marca.

Pruebas tendientes a demostrar la duración, amplitud y extensión geográfica de utilización de la marca y su promoción (literales b y c) del artículo 228 de la Decisión 486.

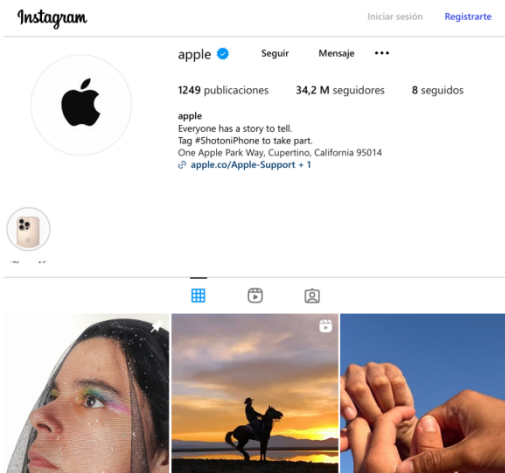


Ref. Expediente N° SD2025/0026911

La magnitud de uso de la marca constituye uno de los aspectos claves para determinar su notoriedad, debido a que los consumidores tienen el contacto con el signo distintivo a través de su aplicación a los productos ofrecidos en el mercado y, es por ello por lo que, mediante su uso en el mercado, la marca adquiere una recordación en la mente de los consumidores que permite su asociación con el origen empresarial.

Los perfiles en redes sociales

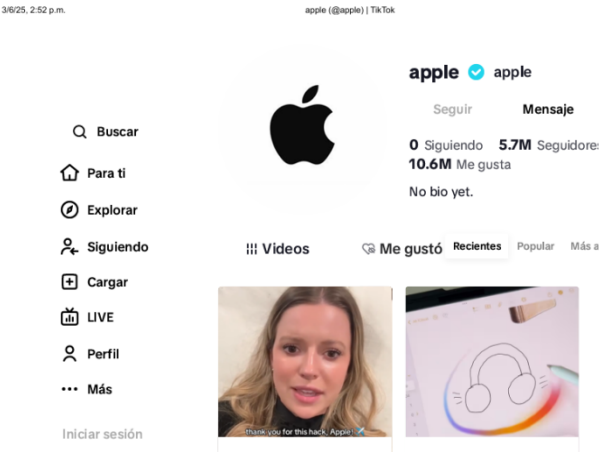
- Anexo 79 Perfil de Apple en Instagram. Disponible en <https://www.instagram.com/apple/>



- Anexo 80 Impresión del perfil de APPLE en Facebook. Disponible en <https://www.facebook.com/apple>



- Anexo 81 Impresión del perfil de APPLE en TikTok. Disponible en <https://www.tiktok.com/@apple?lang=es>



Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

- Anexo 82 Impresión del perfil de APPLE en X. Disponible en <https://x.com/Apple>



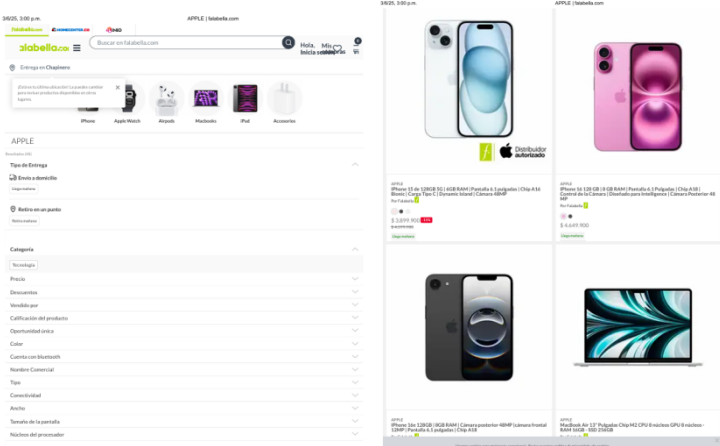
- Anexo 83 Página oficial de APPLE en Colombia. Disponible en <https://www.apple.com/co/>



La constante y significativa presencia de la marca FIGURATIVA en plataformas de redes sociales como Facebook, Instagram, Tik Tok y X, tal como se evidencia en los datos proporcionados, es una prueba que tiende a demostrar el uso de la marca y su difusión entre los miembros del sector pertinente en cualquier País Miembro. La cantidad de seguidores y sus publicaciones reflejan una activa interacción con los consumidores y una estrategia de comunicación digital robusta. Esta información demuestra un alcance considerable de la marca en el entorno digital, lo que contribuye directamente a su reconocimiento y familiaridad entre un público amplio.

Capturas de pantalla de tiendas virtuales y catálogos en línea

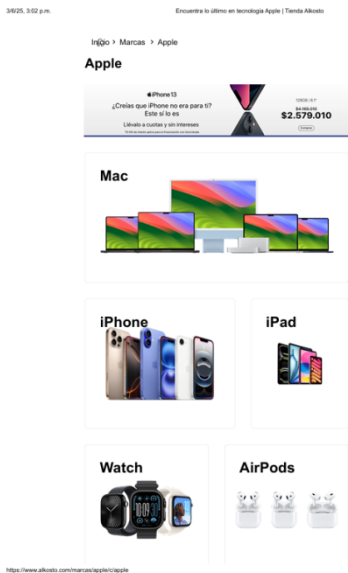
- Anexo 84 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Falabella. Disponible en <https://www.falabella.com.co/falabella-co/brand/APPLE>



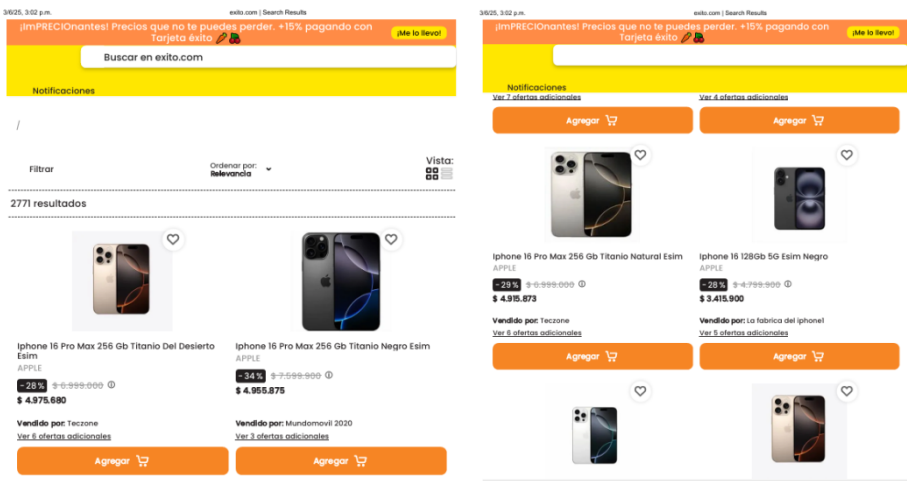
Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

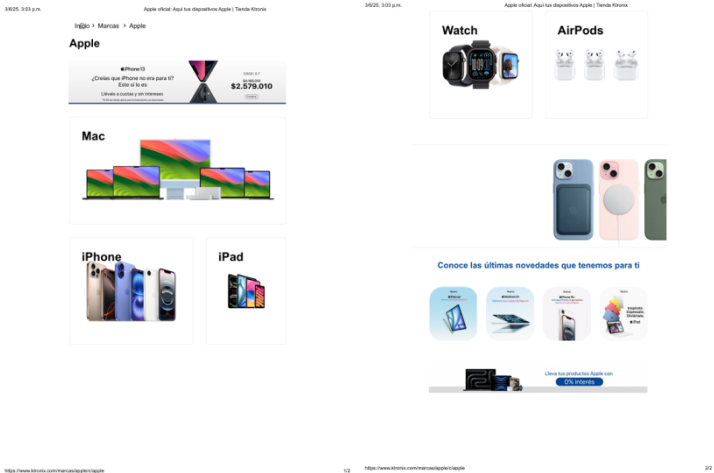
- Anexo 85 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Alkosto. Disponible en <https://www.alkosto.com/marcas/apple/c/apple>



- Anexo 86 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Éxito. Disponible en https://www.exito.com/s?q=apple&sort=score_desc&page=0



- Anexo 87 Impresión de pantalla de la sección de Apple en el sitio web de Ktronix. Disponible en <https://www.ktronix.com/marcas/apple/c/apple>



La presencia de la marca APPLE + FIGURA en diversas plataformas de comercio electrónico y cadenas de retail demuestra la **amplitud y extensión geográfica** de su



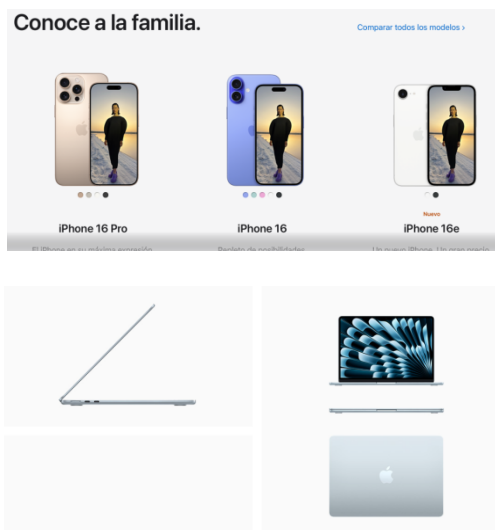
Ref. Expediente N° SD2025/0026911

utilización. La cobertura nacional de estas plataformas y puntos de venta implica que los productos están accesibles y son comercializados a un importante número de consumidores.

Adicionalmente, esta extensa comercialización en plataformas virtuales también actúa como evidencia directa de la promoción y divulgación de la marca, al estar disponibles en sitios web y aplicaciones de alto tráfico, los productos se benefician de una exposición masiva y continua, funcionando como vitrinas digitales que facilitan su descubrimiento y reconocimiento por parte de millones de potenciales consumidores. La propia naturaleza de estas plataformas implica una actividad promocional inherente, que contribuye significativamente al conocimiento y la divulgación de la marca en el sector pertinente.

Imágenes de los productos

Algunos de los productos identificados bajo la marca figurativa son los siguientes:



De lo anterior es posible evidenciar la forma como se usa la marca figurativa, estando presente en cada producto.

Además, se aportó lo siguiente:

- Anexo 88 Impresión de Pantalla de los últimos eventos APPLE. Disponible en <https://www.apple.com/co/apple-events/>



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Siendo esta una forma de exposición de la marca.

De conformidad con lo anterior, es posible evidenciar que la marca figurativa está presente en el mercado, que se expone al consumidor y se difunde con el fin de buscar su reconocimiento.

Pruebas tendientes a demostrar los volúmenes de ventas o ingresos (literal e) del artículo 228 de la Decisión 486)

Los ingresos asociados a una marca son aquellos recursos o utilidades que su titular percibe gracias a la explotación comercial de la misma. Ha de anticiparse que, en principio, si las cifras de ingresos reportadas por el uso de la marca son considerables, es de suponer que en esa misma medida será considerable el uso o explotación comercial de la marca, y por tanto el conocimiento que de ella tienen los consumidores o usuarios.

Para el efecto se aportó la siguiente publicación:

- Anexo 103 Las ventas de APPLE en Colombia lideraron el ranking de las empresas tecnológicas. Disponible en <https://www.larepublica.co/especiales/las-1-000-empresas-mas-grandes-de-2023/las-empresas-mas-grandes-de-3893117#:~:text=El%20gigante%20del%20ecommerce%20que,tercera%20de%20todo%20el%20sector>, de fecha 25 de junio de 2024.



De conformidad con lo anterior, las ventas de APPLE + FIGURATIVA en Colombia lideraron el ranking de empresas tecnológicas, de manera que el alto consumo de los productos identificados por esta marca da muestra de un alto conocimiento de la misma.

Pruebas tendientes a demostrar la existencia y antigüedad de cualquier registro o solicitud de registro del signo distintivo en el País Miembro o en el extranjero (literal k del artículo 228 de la Decisión 486)



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Como se demostró a lo largo de este escrito el opositor es titular de diversas marcas conformadas por la figura de una manzana mordida, algunas de ellas junto a elementos nominativos, lo que muestra una estrategia activa y continua de protección de la marca en el mercado.

Este esfuerzo continuado y la diversidad de registros son un fuerte indicio del conocimiento y arraigo que la marca y sus variantes han logrado en el sector pertinente.

Conclusiones respecto de la notoriedad de la marca **FIGURATIVA**

De conformidad con el análisis integral de las pruebas aportadas por la sociedad opositora, esta Dirección concluye que la marca **FIGURATIVA** continúa ostentando un estatus especial para distinguir productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software.

Las pruebas allegadas permiten establecer que la marca **FIGURATIVA** continua gozando de un reconocimiento especial por parte del público consumidor, derivado no solo de su prolongada trayectoria en el mercado, sino también de una estrategia comercial sostenida, caracterizada por una amplia difusión y, por ende, promoción mediante su presencia constante en diferentes canales de distribución y comercialización, en entornos digitales, y en publicaciones en importantes medios de comunicación a nivel nacional e internacional, los cuales permiten concluir que la marca mantiene un alto grado de recordación y asociación con los productos que distingue, dentro del territorio colombiano.

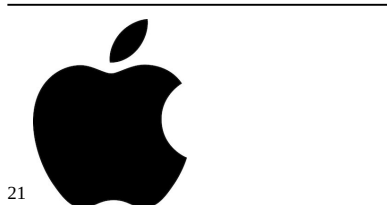
En consecuencia, tras una valoración conjunta y razonada del acervo probatorio, esta Dirección encuentra que los elementos aportados son suficientes para extender la notoriedad de la marca opositora al momento de la presentación de la solicitud de registro del signo objeto de análisis. Las pruebas permiten establecer con claridad aspectos determinantes como el grado de conocimiento del signo por parte del público relevante, su preferencia por parte del consumidor, el valor de marca y el ranking en ventas dentro del sector pertinente.

Así las cosas, se concluye que la marca **FIGURATIVA**²¹ de titularidad de la **APPLE INC.**, continúa gozando de notoriedad en el mercado colombiano para identificar **productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, durante el periodo comprendido entre agosto de 2022 y marzo de 2025**, al haber sido conocido por una parte significativa del público relevante de manera continua y sostenida.

En virtud de lo anterior, corresponde a esta Dirección proceder con el análisis comparativo entre el signo notorio y el signo solicitado, a efectos de determinar si este último incurre en la causal de irregistrabilidad prevista en el literal h) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Análisis comparativo frente a marca notoria

Los signos bajo estudio son los siguientes:



21

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

Signo solicitado	Signo opositor
	

Al hacer un estudio de registrabilidad donde la marca presuntamente afectada es notoria, se debe prestar mayor atención a la especial protección que requiere su naturaleza, ya que la posibilidad de perjuicio y el eventual riesgo de confusión que se podría causar son de tal magnitud que podría afectar severamente las condiciones del mercado del titular de la marca y a los consumidores en general.

Dada la importancia y presencia en el mercado nacional, el signo opositor continúa siendo notorio, ya que se logró acreditar el grado de difusión y reconocimiento que implica para el consumidor.

La Dirección encuentra que, la configuración de los signos si genera en el consumidor un riesgo de confusión, pues los signos confrontados permiten que en su visión en conjunto ambas marcas se confundan debido a las semejanzas que presentan, razón por la cual el consumidor está en la capacidad de establecer una relación entre ambas y por lo mismo adquirir el producto y/o servicio que ofrece el signo solicitado pensando que está adquiriendo el que ofrece la marca notoria.

Como se explicó en el acápite anterior, se observa que si bien existen diferencias derivadas del elemento nominativo presente en el signo solicitado, su parte gráfica resulta ser muy sobresaliente y tanto el signo solicitado como el signo notorio incorporan la misma imagen de una manzana, lo cual hará que el consumidor al ver ambos signos, los confunda o los asocie como provenientes del mismo origen empresarial.

De esta manera, resulta evidente que los signos que se comparan evocan la misma idea por cuanto representan imágenes similares, que aunque presentan algunas diferencias gráficas como el hecho de que la manzana en el signo solicitado no se encuentre mordida, o contenga diversas líneas que la delinean en su interior, es indiscutible que los consumidores percibirán ambos signos bajo la idea de una manzana, figura arbitraria dentro de los sectores comerciales en que incursionan o pretenden incursionar. Así las cosas, resulta evidente la similitud conceptual entre los signos confrontados: *“f. Fruto del manzano, de forma globosa algo hundida por los extremos del eje, de epicar pio delgado, liso y de color verde claro, amarillo pálido o encarnado, mesocarpio con sab or ácido o ligeramente azucarado, y semillas pequeñas, de color de caoba, encerradas en un endocarpio coriáceo²²”*.

De manera que la diferencia en sus trazos es secundaria. De esta manera, en una visión de conjunto los consumidores se dejan llevar por impresiones generales entre los signos, que en este caso determinan la confundibilidad.

Ahora, la marca notoria regulada en la Decisión 486 es protegida respecto de aquellos productos o servicios diferentes que se encuentren dentro del sector pertinente con la finalidad de evitar la dilución de la fuerza distintiva del valor comercial o publicitario de la marca notoria, así como evitar el aprovechamiento injusto de su prestigio.

²² Información rescatada de la página de internet <https://dle.rae.es/manzana>.



Ref. Expediente N° SD2025/0026911

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones, Proceso IP 364-2018, del 26 de julio de 2019:

*“La marca notoria regulada en la Decisión 486 y la marca renombrada rompen los principios de territorialidad, principio registral y uso real y efectivo, por lo que esta clase de marcas obtienen protección en un país miembro de la Comunidad Andina así no estén registradas ni sean usadas en ese país miembros. Ambas también rompen el principio de especialidad, pero no con el mismo alcance. La marca renombrada rompe el principio de especialidad de modo absoluto, por lo que es protegida respecto de todos los productos o servicios. La marca notoria regulada en la Decisión 486 **rompe el principio de especialidad en forma relativa, de modo que es protegida respecto de productos o servicios idénticos, similares y conexos y también respecto de aquellos productos o servicios diferentes que se encuentran dentro del sector pertinente**”.* (negritas propias)

En ese sentido y una vez demostrada la notoriedad del signo opositor, es preciso preguntarse si la solicitud pretende reivindicar servicios que pertenecen al mismo sector pertinente de la marca notoria.

El signo solicitado pretende identificar:

9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

Y la marca notoria identifica:

Clase 9: Productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software.

En consecuencia, los productos de la clase 9a resultan coincidentes entre sí, además pertenecen al mismo sector de las tecnologías de la informática y las comunicaciones, sector al cual también pertenecen los servicios de la clase 42.

Ahora, respecto de la clase 41 se rompe el principio de especialidad en tanto que los servicios de educativos y de entretenimiento apoyan su actividad en el uso de los productos de la clase 9ª identificados bajo el signo notorio, por lo que existe relación de conexidad competitiva.

Explotación de la reputación

El prestigio del signo se debe en primer lugar a la calidad del producto y/o servicio que identifica, y tal vez como razón secundaria, a la difusión del mismo, o en otras palabras,

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

el empresario primero busca que el signo represente la calidad de su producto o servicio y después su difusión, pues entre otros factores, la buena calidad es por sí misma un factor de difusión del conocimiento del signo por parte de los consumidores, aun sin la intervención del titular.

Se ha advertido dentro de la presente resolución que las marcas notorias tienen un estatus especial y gozan de una protección especial. Así las cosas, puede inferirse que la norma andina busca evitar que el uso indebido de una marca permita el aprovechamiento del prestigio o explotación de su reputación y, de esta forma, obtener porciones de mercado apalancándose en el esfuerzo ajeno.

Entonces, cuando existe un aprovechamiento injustificado de la reputación de una marca notoria por parte de un tercero, ello puede calificarse como una acción parasitaria, conforme a las disposiciones vigentes en materia de marcas, aunque el signo se aplique sobre productos y/o servicios que no tengan grado de conexidad con los identificados por el signo notorio en cuestión.

En consecuencia, si bien la norma andina no contempla un rompimiento absoluto del principio de especialidad en el caso de determinación de confusión o asociación, sí lo hace cuando el signo solicitado a registro pueda aprovecharse del prestigio adquirido por la marca notoria, lo cual debe evitarse para que no se obtengan beneficios por un tercero de la imagen de la marca notoria.

Una vez realizado el estudio, esta Dirección encuentra que no se aportaron pruebas por parte de la sociedad opositora tendientes a demostrar que a través del signo pretendido a registro se busca el aprovechamiento indebido de la reputación de la marca notoria.

Por lo tanto, en aras de salvaguardar la notoriedad del riesgo de aprovechamiento de la reputación ajena, es deber de la sociedad opositora mediante pruebas contundentes demostrar a esta Dirección que el signo pretendido a registro busca aprovecharse y beneficiarse del prestigio que tiene la marca notoria, y consecuentemente, atraer clientes hacia sus productos, haciéndoles creer que los productos son ofrecidos por la marca notoriamente conocida.

Pérdida de valor publicitario o de fuerza distintiva

Las marcas notorias, a la luz de la norma andina, se encuentran protegidas contra la llamada dilución de su fuerza distintiva. Una marca notoria está revestida de una fuerza distintiva sobresaliente. Así las cosas, la protección frente a la dilución se encamina principalmente a defender la integridad de la marca debido a su especial aptitud distintiva, la que podría verse lesionada de diseminarse su utilización para productos y servicios distintos, ya que esto podría afectar el prestigio de la marca y, eventualmente, la llevaría a perder su posición y significación exclusiva en el mercado.

En este punto es preciso determinar la fuerza distintiva intrínseca del signo notorio, en cuanto a que su significado conceptual pueda estar asociado a los productos identificados como expresión evocativa o bien se presente como una marca arbitraria o caprichosa frente a los mismos.

Así, se observa que, en atención a que la notoriedad de una marca es fruto del esfuerzo económico del titular, lo cual se revierte en el aumento del valor comercial y publicitario que le representa dicha marca, la norma andina extiende su protección a las conductas que pudieren generar la dilución de su valor comercial o publicitario.

En este sentido, el Tribunal de la Comunidad Andina ha sostenido que: “*En todo caso*

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

deberá probarse alguno o algunos de los riesgos a los que pueden estar expuestas las marcas notorias, es decir, no basta con probar la notoriedad de la marca para otorgar su protección más allá de los principios de territorialidad y de especialidad, sino que se deberá probar también el riesgo o los riesgos de dilución, uso parasitario o asociación, ya analizados²³.

Esta Dirección quiere ser enfática en establecer que el cumplimiento de la situación fáctica que rodea la aplicación del citado riesgo debe ser debidamente acreditada por parte del titular de la marca opositora, en tanto que en el acápite probatorio no se evidencia prueba alguna que demuestre fehacientemente que el signo pretendido a registro puede causar la pérdida del valor comercial de la marca notoria.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en las causales de irregistrabilidad establecidas en el artículo 136 literales a) y h) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1. Extender la notoriedad del signo **FIGURATIVO**²⁴ para identificar productos de la industria de la tecnología, especialmente computadores, teléfonos móviles, tabletas, reproductores de música, y software, productos de la clase 9 de la Clasificación de Niza, durante el periodo comprendido entre agosto de 2022 y marzo de 2025.

ARTÍCULO 2. Declarar **fundada** la oposición interpuesta por **APPLE INC.**, frente a la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 3. Declarar **fundada** la oposición interpuesta por **APPLE INC.**, frente a la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 4. Declarar **fundada** la oposición interpuesta por **APPLE INC.**, frente a la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 5. Negar el registro de la marca **TIICHERS** (mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza²⁵, solicitada por **TIICHERS SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 6. Negar el registro de la marca **TIICHERS** (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza²⁶, solicitada por

²³ TJCA, Proceso N°09-IP-2009.



²⁴

²⁵ 9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores.

²⁶ 41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.



Resolución N° 21713

Ref. Expediente N° SD2025/0026911

TIICHERS SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 7. Negar el registro de la marca **TIICHERS** (mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza²⁷, solicitada por **TIICHERS SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 8. Notificar a **TIICHERS SAS**, solicitante del registro y a **APPLE INC.** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 9. En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

²⁷42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.