

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 21931

Ref. Expediente N° SD2025/0036358

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 21 de abril de 2025, la sociedad **Hanvon Ugee Technology Co., Ltd.**, solicitó el registro de la Marca **ugee signature (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 del 8 de mayo de 2025, la sociedad **Fiserv, Inc.**, presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“De esa comparación en conjunto, tenemos que:

❖ *La actual solicitud de registro reproduce al único elemento nominativo que compone a la marca previamente registrada por FISERV, INC., lo que incide en que estos signos produzcan una misma impresión.*

❖ *En consecuencia, UGEE SIGNATURE y SIGNATURE tienen una pronunciación casi idéntica, lo que reafirma el riesgo de confusión o de asociación de parte de los consumidores.*

❖ *La actual solicitud de marca UGEE SIGNATURE toma la marca previamente registrada por mí representada, y agrega UGEE que es una expresión corta que no logra disipar la coincidencia en ambos signos con la expresión SIGNATURE.*

❖ *Por tanto, los consumidores que ya identifican en el mercado a la marca SIGNATURE, al encontrar una misma categoría de productos bajo la marca UGEE SIGNATURE, claramente lo asociarán el mismo origen empresarial, dada la coincidencia en el uso del mismo elemento característico y distintivo.*

❖ *La marca UGEE SIGNATURE, al reproducir en forma idéntica a la única expresión que conforma a la marca base de la oposición, haría pensar a los consumidores que dichos signos provienen del mismo empresario, o que sus orígenes tienen alguna vinculación económica o pertenecen al mismo grupo empresarial, y que UGEE SIGNATURE es una nueva línea en relación con los productos identificados con la marca SIGNATURE de mí representada FISERV, INC.*

¹ 9: Traductores electrónicos de bolsillo; Auriculares intraurales; Dispositivos de entrada para ordenadores; Ratones de ordenador inalámbricos; Agendas electrónicas; Micrófonos; Auriculares inalámbricos; Aparatos de audio; Proyector multimedia; Lectores de libros electrónicos; Dispositivos periféricos utilizados con ordenadores; Periféricos de ordenador inalámbricos; Tabletas gráficas; Tabletas electrónicas; Terminales interactivos con pantalla táctil; Pizarras interactivas electrónicas; Escáneres portátiles de documentos; Aparatos de escáner de imágenes; Pantallas de cristal líquido; Ordenadores de regazo; Pantallas de visualización LCD; Lápices ópticos para ordenadores; Lápices electrónicos para unidades de visualización; Escáneres [equipos de procesamiento de datos]; Software [programas grabados]; Software de sistemas operativos; Aplicaciones descargables para su uso con dispositivos móviles; programas informáticos descargables; Bastidores de montaje para hardware informático; Estuches para ordenadores tipo tablilla; Aplicaciones informáticas descargables; Escáneres ópticos; Impresoras fotográficas. Excluyendo expresamente el software para uso de instituciones financieras.

Ref. Expediente N° SD2025/0036358

(...)

La actual solicitud toma la marca SIGNATURE de mí representada, y lo que hace es agregar la palabra UGEE sin que dicha circunstancia aminore el impacto principal sobre el consumidor, que asimilará como casi idénticos a ambos signos, al punto de asociarlos a un mismo origen empresarial.

Precisamente las semejanzas acá anotadas obligan a que las marcas SIGNATURE y UGEE SIGNATURE tengan una pronunciación muy similar:

UGEE SIGNATURE	SIGNATURE
/u/ /gee/ /sig/ /na/ /tu/ /re/ /	sig/ /na/ /tu/ /re/

Lo anterior, dada la reproducción que la actual solicitud de registro de marca hace del signo previamente registrado por mí poderdante, y por tanto, cada marca está obligada a pronunciar de forma idéntica a la palabra SIGNATURE, lo que permite concluir que la composición de los signos es totalmente confundible y por tanto su coexistencia causaría riesgos de error, confusión y asociación para los consumidores.

(...)

En este caso, SIGNATURE que es la única expresión que conforma a la marca de mí representada, y que reproduce la solicitud de marca de la referencia, no tiene un significado conocido en nuestro idioma, lo que hace que el riesgo de confusión sea mayor, pues hablamos de marcas de fantasía que emplean de forma idéntica a la expresión SIGNATURE, lo que incide en que los consumidores las retengan en su memoria de una misma manera.

(...)

En consecuencia de lo anterior, los productos que pretende identificar la actual solicitud de marca incluyen aquellos protegidos por la marca previamente registrada por mí representada.

Por tanto, estamos ante productos idénticos que compartirían exactamente los mismos canales de comercialización y publicidad, dirigidos exactamente a los mismos clientes para satisfacer necesidades idénticas, lo que hace evidente el riesgo de error, confusión y asociación entre ellos."

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **Hanvon Ugee Technology Co., Ltd.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

"el análisis anterior respalda que "UGEE SIGNATURE" no puede ser reducido a "SIGNATURE" para efectos de comparación, ya que el término "UGEE" introduce un elemento distintivo dominante. Por lo que podemos concluir que visualmente los signos en supuesto conflicto tienen en todos los elementos y características propias que les permite diferenciarse entre ellas evitando cualquier confusión al consumidor.

(...)

La comparación ortográfica hace evidente que el signo solicitado no reproduce significativamente la secuencia de vocales, la longitud de las palabras y el número de sílabas, por tal motivo, se pueden diferenciar por un consumidor en caso de llegar a coexistir en el mercado. Teniendo en cuenta que el porcentaje promedio de los tres análisis comparativos daría una similitud por secuencia fonética menor al 00.0%; este porcentaje se interpreta como una diferencia altamente significativa por lo cual la confusión entre los signos sería muy baja.

Ref. Expediente N° SD2025/0036358

(...)

Del análisis anterior podemos concluir que:

- 1. La marca solicitada consta de dos palabras una de fantasía y signatura que se traduce del inglés al español y que su significado es firma*
- 2. La marca base de la oposición consta de una palabras, a saber, "signatura" que traduce del inglés al español firma.*

(...)

Con el mayor respeto, es menester tener en cuenta que el presente análisis comparativo entre las marcas en conflicto —“UGEE SIGNATURE” vs. “SIGNATURE”— debe considerar no solo los elementos visuales y fonéticos, sino también la fuerza distintiva del término compartido.

La expresión “SIGNATURE” posee un carácter marcario débil, dado que es un término con múltiples significados en el lenguaje común, tales como “firma”, “estilo característico” o “marca personal”. Esta polisemia reduce su capacidad distintiva en el ámbito marcario, especialmente cuando se utiliza en combinación con otros elementos diferenciadores, como ocurre en la marca solicitada.

Por lo tanto, puede afirmarse que dicho término no es apropiable de manera exclusiva por un único competidor en el mercado. Su uso está condicionado a la presencia de otros componentes que le otorguen distintividad, permitiendo que cada titular impregne un significado propio y diferenciado al conjunto marcario.

En consecuencia, la inclusión del término “UGEE” en la marca solicitada introduce un elemento distintivo dominante que modifica sustancialmente la percepción del consumidor, eliminando cualquier riesgo de confusión con la marca previamente registrada “SIGNATURE”.

Que mediante escrito presentado el 16 de septiembre de 2025, la sociedad **Hanvon Ugee Technology Co., Ltd.**, solicitó la modificación de la cobertura de productos de la marca pretendida a registro, en el sentido de limitar la descripción de productos a: *“Traductores electrónicos de bolsillo; Auriculares intraurales; Dispositivos de entrada para ordenadores; Ratones de ordenador inalámbricos; Agendas electrónicas; Micrófonos; Auriculares inalámbricos; Aparatos de audio; Proyector multimedia; Lectores de libros electrónicos; Dispositivos periféricos utilizados con ordenadores; Periféricos de ordenador inalámbricos; Tabletas gráficas; Tabletas electrónicas; Terminales interactivos con pantalla táctil; Pizarras interactivas electrónicas; Escáneres portátiles de documentos; Aparatos de escáner de imágenes; Pantallas de cristal líquido; Ordenadores de regazo; Pantallas de visualización LCD; Lápices ópticos para ordenadores; Lápices electrónicos para unidades de visualización; Escáneres [equipos de procesamiento de datos]; Software [programas grabados]; Software de sistemas operativos; Aplicaciones descargables para su uso con dispositivos móviles; programas informáticos descargables; Bastidores de montaje para hardware informático; Estuches para ordenadores tipo tablilla; Aplicaciones informáticas descargables; Escáneres ópticos; Impresoras fotográficas., excluyendo expresamente el software para uso de instituciones financieras”.*

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

Ref. Expediente N° SD2025/0036358

del examen de registrabilidad.

Modificación a la solicitud de registro

El artículo 143 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, señala que: *"El solicitante de un registro de marca podrá pedir que se modifique la solicitud en cualquier momento del trámite. Del mismo modo podrá pedir la corrección de cualquier error material.*

Asimismo, la oficina nacional competente podrá sugerir al solicitante modificaciones a la solicitud en cualquier momento del trámite. Dicha propuesta de modificación se tramitará de conformidad con lo establecido en el artículo 144.

En ningún caso la modificación podrá implicar el cambio de aspectos sustantivos del signo o la ampliación de los productos o servicios señalados inicialmente en la solicitud.

Si las normas nacionales lo permiten, se podrán establecer tasas para la solicitud de modificación."

Análisis de la modificación a la solicitud de registro

En el presente asunto, la Dirección logró establecer que la variación pretendía puede ser aceptada, al no tratarse de una modificación sustancial, siendo un elemento del que el solicitante puede disponer hasta antes de la solicitud, pues no amplía el espectro del derecho inicialmente pretendido.

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° SD2025/0036358

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Nominativa	SIGNATURE	FISERV. INC.	09074356	9	9	Marca	14/04/2030	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
	

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁴

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

- 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.

⁴ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015



Ref. Expediente N° SD2025/0036358

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...). Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.*
- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...).⁵*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁶ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética.** Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.
- b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)**
- c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar,** ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.
- d) Se debe observar el orden de las vocales,** toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.
- e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor,** pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

⁵ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁶ “Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso

Ref. Expediente N° SD2025/0036358

f) *Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁷*

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que si bien los signos comparados UGEE SIGNATURE / SIGNATURE presentan cierta semejanza al compartir algunas partículas, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales del orden gramatical (UGEE SIGNATURE / SIGNATURE) que generan que al ser pronunciados, transcritos y visualizados produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Las marcas analizadas no son confundibles entre sí. En efecto, al ser pronunciadas por el consumidor UGEE SIGNATURE / SIGNATURE, el sonido que producen no resulta similar, debido a que no comparten la mayoría de sus letras, ni su disposición dentro del conjunto y mucho menos su efecto sonoro, debido a que la pronunciación de la expresión UGEE dota a la marca solicitada de un impacto fonético totalmente distinto.

En el plano ortográfico, los signos confrontados presentan distintas cadenas consonánticas, vocálicas y silábicas (UGEE SIGNATURE / SIGNATURE) que hacen que se emita una impresión en conjunto diferente. Así, la coincidencia en algunas letras no puede ser precepto de negación de los signos, comoquiera que los elementos adicionales que los conforman permiten su fácil diferenciación.

Cabe señalar que, los vocablos UGEE SIGNATURE / SIGNATURE se consideran diferenciables para el consumidor medio, ya que las letras añadidas por la opositora ofrecen una primera impresión diversa, máxime teniendo en cuenta que en el registro marcario coexisten a la fecha un número importante de marcas que incluyen la expresión “SIGNATURE” para identificar productos de la Clase 9 Internacional.

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Nominativa	LG SIGNATURE	LG Corp.	SD2019/0000243	11	7, 9, 10, 11, 12, 20	Marca	Registrada
Mixta	KIRKLAND Signature	Costco Wholesale Corporation	SD2020/0031896	11	9, 18, 32, 33	Marca	Registrada
Nominativa	SIGNATURE	FISERV. INC.	09074356	9	9	Marca	Registrada
Nominativa	TRANSITIONS SIGNATURE	TRANSITIONS OPTICAL, INC.	13111635	9	9	Marca	Registrada

Lo anterior en virtud de las reglas de cotejo marcario, que establecen que 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, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los productos y/o servicios identificados por los mismos.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016



Ref. Expediente N° SD2025/0036358

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Fiserv, Inc.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **ugee signature (Mixta)**.



Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

9: Traductores electrónicos de bolsillo; Auriculares intraurales; Dispositivos de entrada para ordenadores; Ratones de ordenador inalámbricos; Agendas electrónicas; Micrófonos; Auriculares inalámbricos; Aparatos de audio; Proyector multimedia; Lectores de libros electrónicos; Dispositivos periféricos utilizados con ordenadores; Periféricos de ordenador inalámbricos; Tabletas gráficas; Tabletas electrónicas; Terminales interactivos con pantalla táctil; Pizarras interactivas electrónicas; Escáneres portátiles de documentos; Aparatos de escáner de imágenes; Pantallas de cristal líquido; Ordenadores de regazo; Pantallas de visualización LCD; Lápices ópticos para ordenadores; Lápices electrónicos para unidades de visualización; Escáneres [equipos de procesamiento de datos]; Software [programas grabados]; Software de sistemas operativos; Aplicaciones descargables para su uso con dispositivos móviles; programas informáticos descargables; Bastidores de montaje para hardware informático; Estuches para ordenadores tipo tablilla; Aplicaciones informáticas descargables; Escáneres ópticos; Impresoras fotográficas. Excluyendo expresamente el software para uso de instituciones financieras.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: Hanvon Ugee Technology Co., Ltd.
2/F, West of 3/F, 4/F, No.4 Building, Fulongte Industrial Park, Huaxing Road,
Langkou Community, Dalang Street, Longhua District,
Shenzhen Guangdong
China

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **Hanvon Ugee Technology Co., Ltd.**, solicitante del registro y a la sociedad **Fiserv, Inc.**, opositora, 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.

Resolución N° 21931

Ref. Expediente N° SD2025/0036358

ARTÍCULO 5: 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