

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 28811

Ref. Expediente N° SD2025/0078978

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 6 de agosto de 2025, FELICITI ACADEMY S.A.S., solicitó el registro de la Marca F FELICITI ACADEMY (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1079, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de 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,

¹ 41: Clases de baile; cursos de baile; escuelas de baile; facilitación de instalaciones para el baile; gestión de salas de baile; servicios de escuelas de baile; servicios de escuelas de danza; servicios de escuelas de danza clásica.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0078978

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	Felicity	INVERSIONES TATIS SOLANO S EN C	SD2025/0043331	12	16, 28	Marca	Registrada	10 de octubre de 2035
Mixta	FELICITAS SER FELIZ ES LA OPCIÓN DE VIDA	XIMENA VIOLI SUAREZ	SD2018/0010825	11	41	Marca	Registrada	21 de septiembre de 2028

Los signos a comparar son los siguientes:

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

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

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

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

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

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

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



Ref. Expediente N° SD2025/0078978

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 

Jurisprudencia

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

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

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que el elemento nominativo de cada signo es preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas. En efecto los signos enfrentados relaciones similares en la siguiente manera:

Se advierte que obra coincidencia conceptual entre signo solicitado F FELICITI ACADEMY reproduce el elemento característico del antecedente marcario FELICITY en cuanto pese a la variación I/Y ambas evocan la relación de FELICITY siendo en su significado de las ingles al castellano “felicidad, dicha”⁴

El signo solicitado F FELICITI ACADEMY reproduce el elemento característico del antecedente marcario FELICITY en cuanto comporta una relación ortográfica donde se reproduce la raíz F-E-L-I-C-I-T con variación mínima en la I/Y. Visualmente FELICITY y FELICITI comparten ocho letras y la coincidencia en las letras F-E-L-I-C-I-T. Foneticamente FELICITY y FELICITI presentan una idéntica reproducción acústica en cuanto comparten una división silábica de cuatro elementos FE-LI-CI-TI/Y cuya pronunciación suena prácticamente equivalente como /fe.li'si.ti/, siendo la variación gráfica final “TI/Y” fonéticamente irrelevante, pues no altera el resultado sonoro percibido por el consumidor medio.

Se advierte que los elementos nominativos adicionales F que refuerza la primera letra de FELICITY y ACADEMY percibido en su traducción del inglés al castellano como

⁴ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/felicity>



Ref. Expediente N° SD2025/0078978

“academia”⁵ no diluyen el riesgo de confundibilidad frente al elemento central del signo previamente registrado y expuesto.

Frente al antecedente FELICITAS SER FELIZ ES LA OPCIÓN DE VIDA, se advierte que el signo solicitado F FELICITI ACADEMY presenta una alta similitud ortográfica, fonética y visual respecto del elemento denominativo FELICITAS, el cual constituye el componente distintivo del signo previo.

Desde el punto de vista ortográfico, ambos signos comparten íntegramente la secuencia F-E-L-I-C-I-T, diferenciándose únicamente en su terminación (-I / -AS), lo que evidencia una variación mínima dentro de una estructura prácticamente coincidente y dominante.

En el plano visual, dicha coincidencia estructural se traduce en una apariencia general altamente similar, dado que el consumidor percibe de forma global los signos y tiende a retener sus elementos iniciales y dominantes, en este caso la secuencia FELICIT-, que se mantiene inalterada en ambos y con una extensión cercana en el elemento característico en cuanto FELICITI se compone de ocho letras mientras que FELICITAS mantiene nueve letras.

Por su parte, desde el aspecto fonético, FELICITI y FELICITAS presentan una secuencia sonora altamente coincidente, especialmente en sus primeras sílabas (FE-LI-CI-TI / FE-LI-CI-TAS), donde se concentra la mayor fuerza de recordación, sin que la variación final altere de manera relevante la impresión auditiva en cuanto el consumidor puede asociarlo a un origen empresarial cercano.

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos gráficos considerados de diseño y ornamental que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁶.

⁵ <https://dictionary.cambridge.org/es/diccionario/ingles-espanol/academy>

⁶ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentrífico) 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° SD2025/0078978

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

41: Clases de baile; cursos de baile; escuelas de baile; facilitación de instalaciones para el baile; gestión de salas de baile; servicios de escuelas de baile; servicios de escuelas de danza; servicios de escuelas de danza clásica.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Producto y servicios
-------------	----------------------

SD2025/0043331	Clase 16: Decoraciones de papel para fiestas.
-----------------------	--

	Clase 28: Globos para fiestas, serpentinas para fiestas, sombreros de fiesta.
--	--

SD2018/0010825 Clase 41: Academias [educación]; asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en materia de educación y formación]; clases personalizadas [educación y formación]; consultoría en educación, formación y formación complementaria, así como en esparcimiento prestada por centros de atención telefónica y líneas de asistencia telefónica; consultoría en formación, formación complementaria y educación; consultoría en materia de educación; cursos de educación a distancia; educación; educación complementaria; educación, enseñanza y formación; impartición de cursos de educación dietética; impartición de cursos de instrucción, educación y formación para jóvenes y adultos; información sobre educación; información sobre educación o actividades recreativas suministrada en línea desde una base de datos informática o internet, o mediante programas de radio y televisión; información sobre educación y actividades recreativas; organización y celebración de seminarios, talleres [educación], congresos, coloquios, cursos de formación a distancia y exposiciones con fines culturales; orientación profesional [asesoramiento sobre educación o formación]; orientación profesional en materia de educación y formación; servicios de consultoría en materia de educación y entretenimiento prestados mediante centros de atención telefónica y líneas de asistencia telefónica; servicios de consultoría en materia de educación y formación; servicios de educación académica; servicios de educación para adultos; servicios de educación e instrucción; servicios de educación, formación y entretenimiento; servicios de educación y enseñanza en el ámbito de los deportes; servicios de educación y de enseñanza en materia de música y danza; servicios de educación y formación; servicios de educación y formación en el ámbito de la orientación personal y profesional; servicios de educación y formación lingüística; servicios de educación y de formación en materia de deportes; servicios de educación y formación en materia de gestión de negocios; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación en materia de espectáculos teatrales, musicales, televisivos, radiofónicos y cinematográficos; servicios de juegos prestados en línea a través de redes informáticas con fines recreativos y de educación complementaria; suministro de información en línea sobre educación, formación, esparcimiento, actividades deportivas y culturales; suministro de información en línea sobre esparcimiento o educación; suministro de información sobre educación, formación, esparcimiento, actividades deportivas y culturales; celebración de seminarios de formación; celebración de talleres de formación; coaching [formación]; consultoría en formación y formación complementaria; consultoría en materia de formación; cursos de formación en planificación estratégica de actividades de publicidad, promoción, marketing y actividades comerciales; formación; formación de adultos; formación en el ámbito de la capacitación profesional; formación básica y superior para el desarrollo de recursos humanos; formación complementaria; formación en desarrollo personal; formación

Ref. Expediente N° SD2025/0078978

lingüística; formación en materia de procesamiento de datos; formación práctica [demostración]; formación profesional; formación sobre salud y buena forma física; formación superior; formación y enseñanza médica; formación y formación complementaria para el desarrollo de recursos humanos; impartición de cursos de formación; impartición de cursos de formación continua en derecho; impartición de cursos de formación continua en enfermería; impartición de cursos de formación continua en medicina; impartición de cursos de formación continua en odontología; información sobre actividades de entretenimiento; información sobre servicios recreativos y educativos en línea, por televisión o por medios de comunicación inalámbricos y de banda ancha; información sobre servicios recreativos y educativos prestados en línea desde bases de datos informáticas o internet; organización de actividades de formación; organización de cursos de formación; organización de cursos de formación en institutos de enseñanza; organización de exposiciones con fines de formación; organización de programas de formación para jóvenes; organización de simposios y talleres de formación; organización de talleres y cursos de formación profesional; organización y celebración de coloquios, conferencias, congresos, seminarios, simposios y talleres de formación; organización y celebración de conferencias, congresos, conciertos, simposios, seminarios, cursos de formación, clases y charlas; organización y celebración de conferencias, congresos, seminarios, simposios, cursos de formación, clases y charlas; organización y celebración de conferencias, congresos, seminarios y talleres de formación; organización y celebración de conferencias, convenciones, exposiciones educativas, clases, charlas, seminarios y talleres de formación; organización y celebración de cursos de formación; organización y celebración de seminarios, conferencias, cursos de formación y formación complementaria; organización y dirección de talleres de formación; planificación, celebración y organización de seminarios, charlas y simposios para la formación lingüística; preparación, celebración y organización de talleres de formación; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de coloquios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de conciertos; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de conferencias; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de congresos; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de seminarios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de simposios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de talleres de formación; servicios de instrucción y formación; suministro de información por medios electrónicos sobre actividades recreativas; suministro de información sobre ejercicios físicos en sitios web en línea; suministro de información sobre entrenamiento físico en sitios web en línea; suministro de información sobre esparcimiento por internet; suministro de información sobre esparcimiento, música, actuaciones en directo y eventos recreativos; consultoría en reserva de localidades para eventos deportivos, científicos y culturales, prestados por centros de atención telefónica y líneas de asistencia telefónica; consultoría sobre entretenimiento; servicios de consultoría relacionados con la educación y formación de personal directivo y no directivo; servicios de consultoría sobre entretenimiento prestados por internet; servicios de consultoría en temas académicos; organización y celebración de talleres, tutorías, seminarios y conferencias; preparación y celebración de seminarios y talleres de formación; realización de talleres y seminarios sobre apreciación de obras de arte; realización de talleres y seminarios sobre el autoconocimiento; realización de talleres y seminarios sobre el conocimiento de sí mismo.

Conexidad competitiva entre servicios de la misma clase 41 internacional Niza

Se advierte por esta Instancia que en lo que respecta a los servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza, el análisis de conexidad competitiva opera

Ref. Expediente N° SD2025/0078978

bajo el criterio de identidad, conforme al cual existe coincidencia directa cuando los servicios que el signo solicitado pretende distinguir son de la misma naturaleza, finalidad y destinatario que aquellos amparados por el registro previo.

En el presente caso, el signo solicitado pretende distinguir servicios específicos tales como clases de baile, cursos de baile, escuelas de baile, escuelas de danza y escuelas de danza clásica. Por su parte, el expediente SD2018/0010825 ampara, dentro de la misma clase 41, una cobertura de amplio espectro que comprende servicios de educación, enseñanza y formación en diversas áreas del conocimiento, incluyendo de manera expresa los servicios de educación y de enseñanza en materia de música y danza.

En efecto se está ante una relación de género-especie, en cuanto los servicios de enseñanza de baile y danza constituyen una especie particular dentro del género más amplio de servicios de educación y formación en materia de danza que ampara el registro anterior. Dicho de otro modo, los servicios solicitados quedan circunscritos y contenidos en la cobertura del registro previo, el cual, al proteger la enseñanza en materia de danza de forma genérica, abarca necesariamente todas sus manifestaciones específicas, entre ellas las escuelas y cursos de baile y danza clásica que pretende distinguir el signo solicitado.

Conexidad competitiva entre servicios clase 41 y productos clases 16 y 28 de la Clasificación internacional de Niza

Se advierte por este Despacho frente a los productos amparados por el expediente SD2025/0043331 en las clases 16 (decoraciones de papel para fiestas) y 28 (globos para fiestas, serpentinas para fiestas y sombreros de fiesta), la conexidad competitiva con los servicios de la clase 41 solicitados en virtud del criterio de razonabilidad, esto es, la posibilidad objetiva y razonable de que un consumidor medio asocie ambos tipos de oferta con un mismo origen empresarial.

En efecto, los productos de las clases 16 y 28 referenciados corresponden en su totalidad a artículos de fiesta y celebración, cuya función es ornamental, lúdica y recreativa. Por su parte, los servicios de la clase 41 solicitados “escuelas y cursos de baile y danza” tienen como contexto natural de prestación eventos sociales, celebraciones, espectáculos y actividades recreativas. La vinculación entre ambas ofertas resulta razonable en tanto es habitual y esperable en el mercado que un mismo operador económico ofrezca servicios de entretenimiento o formación artística conjuntamente con artículos de fiesta y celebración, o que dichos productos y servicios se promuevan y comercialicen en los mismos canales, ferias, eventos o plataformas dirigidas al ocio y la recreación.

Desde la perspectiva del consumidor medio, la coincidencia en el contexto de uso, el universo de destinatarios y el entorno comercial genera una asociación razonable entre los productos de fiestas y los servicios de baile y danza, de suerte que la coexistencia de signos similares en estas clases indebida respecto del origen empresarial. Por lo anterior, se concluye que entre los servicios de la clase 41 solicitados y los productos de las clases 16 y 28 del expediente SD2025/0043331 existe una conexidad competitiva por razonabilidad suficiente para ser valorada en el examen de registrabilidad.

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

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

Resolución N° 28811

Ref. Expediente N° SD2025/0078978

del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca F FELICITI ACADEMY (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por FELICITI ACADEMY S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a FELICITI ACADEMY S.A.S., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁷ 41: Clases de baile; cursos de baile; escuelas de baile; facilitación de instalaciones para el baile; gestión de salas de baile; servicios de escuelas de baile; servicios de escuelas de danza; servicios de escuelas de danza clásica.