



Superintendencia de
Industria y Comercio



REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 28881

Ref. Expediente N° SD2025/0066305

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 23 de julio de 2025, Origami Mercadeo Social S.A.S., solicitó el registro de la Marca Origami Comunicación y Mercadeo (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075, 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

¹ 35: Servicios de mercadeo destinados a incitar la compra de productos de terceros; actividades colectivas de publicidad y de marketing; análisis de respuesta a la publicidad; asesoramiento comercial sobre publicidad; asesoramiento en materia de publicidad; asesoramiento en materia de publicidad y de negocios; consultoría de publicidad de prensa; consultoría empresarial sobre publicidad; consultoría en materia de anuncios y publicidad; evaluación de la influencia de la publicidad en las audiencias; evaluación del impacto de la publicidad en el público; consultoría en publicidad y marketing; consultoría en publicidad y mercadotecnia; consultoría relacionada con servicios de publicidad y promoción; consultoría sobre estrategias de comunicación [publicidad]; consultoría sobre publicidad; consultoría sobre servicios de publicidad y promoción; creación de marcas [publicidad y promoción]; difusión de publicidad para terceros a través de redes de comunicación electrónica en línea; difusión de publicidad por internet para terceros; distribución de publicidad y anuncios comerciales; edición y postproducción de anuncios y publicidad; investigación de la influencia de la publicidad en las audiencias; evaluación del impacto de la publicidad en el público; facilitación de espacios en sitios web para publicidad de productos y servicios; facilitación de espacios en sitios web para publicidad de productos y/o servicios; investigación de mercado para publicidad; montaje de postproducción de publicidad; montaje de postproducción de publicidad o anuncios publicitarios; montaje de postproducción de publicidad o de anuncios publicitarios; montaje de postproducción de publicidad y anuncios publicitarios; montaje de postproducción de publicidad y de anuncios publicitarios; preparación de presentaciones audiovisuales para su uso en publicidad; preparación de publicidad a medida para terceros; promoción [publicidad] de actividades comerciales; promoción [publicidad] de negocios comerciales; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; publicidad a través de todo tipo de medios de comunicación públicos; publicidad a través de todos los medios públicos de comunicación; publicidad de marketing directo; publicidad en la prensa popular y profesional; publicidad en línea; publicidad para terceros; publicidad y marketing; servicios de agencias de publicidad; servicios de agencias de publicidad especializadas en estrategias de marketing para promover los negocios; servicios de anuncios publicitarios, marketing y publicidad; servicios de asesoramiento en materia de publicidad; servicios de asesoramiento relacionados con la publicidad; servicios de consultas de negocios relacionados con la publicidad; servicios de consultoría, asesoramiento y asistencia en publicidad, marketing y promoción; servicios de consultoría en anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría en materia de anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría en publicidad y marketing; servicios de consultoría en publicidad y mercadotecnia; servicios de creación de marcas en cuanto publicidad y promoción; servicios de creación de marcas (publicidad y promoción); servicios de creación de marcas [publicidad y promoción]; servicios de investigación en el ámbito de la publicidad; servicios de planificación para la publicidad; servicios de publicidad, promoción y marketing; servicios de publicidad, promoción y relaciones públicas; servicios de publicidad y de marketing; servicios de publicidad y de promoción, así como asesoramiento en este ámbito; servicios de publicidad y marketing; servicios de publicidad y promoción; servicios promocionales, de marketing y publicidad; servicios de asesoramiento relacionados con relaciones públicas; servicios de consultoría en relaciones públicas; servicios de estrategia de comunicación de relaciones públicas; servicios de externalización en el ámbito de la gestión de las relaciones con la clientela; servicios de promoción de marcas y relaciones públicas; servicios de desarrollo de campañas de marketing para terceros; desarrollo de campañas de comunicación en el ámbito de las relaciones públicas; desarrollo de campañas promocionales; preparación de campañas publicitarias; presentación de productos al público; promoción de diseños de terceros por medio de la facilitación de portafolios en línea a través de un sitio web; análisis comercial estratégico; análisis de beneficios comerciales; análisis de datos comerciales; asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento comercial sobre marketing; compilación de índices de información con fines comerciales o publicitarios; consultoría comercial en materia de marketing; consultoría en estrategias comerciales; creación de redes comerciales; desarrollo de estrategias comerciales; difusión de información comercial; dirección de eventos comerciales; dirección de eventos con fines comerciales o promociones; dirección de eventos con fines comerciales o publicitarios; dirección, preparación y organización de eventos con fines comerciales y promociones; dirección de eventos con fines comerciales y publicitarios; distribución de anuncios publicitarios y comerciales; elaboración de perfiles de consumidores para fines comerciales o de marketing; encuestas e investigaciones comerciales; gestión de información comercial; gestión de negocios comerciales y marketing de marcas para empresas y particulares; gestión y consultoría comercial en relación con las actividades de marketing y el lanzamiento de nuevos productos; marketing y actividades promocionales en materia de administración y gestión de negocios comerciales; organización de eventos con fines comerciales y publicitarios; organización de eventos con fines comerciales o promociones; organización de eventos con fines comerciales o publicitarios; organización de eventos con fines comerciales y promociones; organización de eventos comerciales; preparación de estadísticas comerciales; promoción comercial; promoción comercial de productos; realización de eventos comerciales; servicios de análisis e información comercial, y estudios de mercado; servicios de análisis e informes estadísticos con fines comerciales; servicios de asesoramiento en relación con el análisis comercial; servicios de consultoría comercial en materia de marketing; servicios de consultoría en estrategias comerciales; servicios de consultoría comercial para la transformación digital; servicios de publicidad digital.



Ref. Expediente N° SD2025/0066305

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, 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.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

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

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

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

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

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

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentifricio) 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° SD2025/0066305

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

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	MILORIGAMI	JULIAN CAMILO MILLAN LOPEZ	SD2022/0103651	11	6, 16, 20, 35	Marca	Registrada	4-dic-2033

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles por cuanto, al apreciarlos en conjunto se observa que el signo solicitado reproduce de manera casi íntegra la estructura del signo previamente registrado. La coincidencia en la expresión denominativa **“ORIGAMI”**, que se mantiene en ambos signos, genera una impresión global muy cercana, lo que refuerza la similitud entre ellos.

En efecto, aunque el signo solicitado incorpora los términos adicionales **“COMUNICACIÓN Y MERCADEO”**, estas expresiones no generan variaciones que permitan una diferenciación efectiva entre los signos, pues la expresión **ORIGAMI** se conserva igual entre los signos.



Ref. Expediente N° SD2025/0066305

Ahora bien, considerando que el signo solicitado es mixto, los elementos gráficos tales como tipografía o diseño no resultan lo suficientemente distintivos para alterar la percepción del consumidor. Ello obedece a que, como se ha señalado, el signo incorpora de manera la expresión denominativa presente en el registro anterior, manteniendo así la misma impresión global.

Permitir la diferenciación únicamente por la inclusión de términos accesorios abriría la posibilidad de que terceros introduzcan modificaciones mínimas en signos preexistentes, argumentando una supuesta distintividad.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

35: Servicios de mercadeo destinados a incitar la compra de productos de terceros; actividades colectivas de publicidad y de marketing; análisis de respuesta a la publicidad; asesoramiento comercial sobre publicidad; asesoramiento en materia de publicidad; asesoramiento en materia de publicidad y de negocios; consultoría de publicidad de prensa; consultoría empresarial sobre publicidad; consultoría en materia de publicidad; consultoría en materia de publicidad y de gestión de negocios; consultoría en publicidad; consultoría en publicidad en la prensa; consultoría en publicidad y marketing; consultoría en publicidad y mercadotecnia; consultoría relacionada con servicios de publicidad y promoción; consultoría sobre estrategias de comunicación [publicidad]; consultoría sobre publicidad; consultoría sobre servicios de publicidad y promoción; creación de marcas [publicidad y promoción]; difusión de publicidad para terceros a través de redes de comunicación electrónica en línea; difusión de publicidad por internet para terceros; distribución de publicidad y anuncios comerciales; edición y postproducción de anuncios y publicidad; evaluación de la influencia de la publicidad en las audiencias; evaluación del impacto de la publicidad en el público; facilitación de espacios en sitios web para publicidad de productos y servicios; facilitación de espacios en sitios web para publicidad de productos y/o servicios; investigación de mercado para publicidad; montaje de postproducción de publicidad; montaje de postproducción de publicidad o anuncios publicitarios; montaje de postproducción de publicidad o de anuncios publicitarios; montaje de postproducción de publicidad y anuncios publicitarios; montaje de postproducción de publicidad y de anuncios publicitarios; preparación de presentaciones

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0066305

audiovisuales para su uso en publicidad; preparación de publicidad a medida para terceros; promoción [publicidad] de actividades comerciales; promoción [publicidad] de negocios comerciales; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; publicidad a través de todo tipo de medios de comunicación públicos; publicidad a través de todos los medios públicos de comunicación; publicidad de marketing directo; publicidad en la prensa popular y profesional; publicidad en línea; publicidad para terceros; publicidad y marketing; servicios de agencias de publicidad; servicios de agencias de publicidad especializadas en estrategias de marketing para promover los negocios; servicios de anuncios publicitarios, marketing y publicidad; servicios de asesoramiento en materia de publicidad; servicios de asesoramiento relacionados con la publicidad; servicios de consultas de negocios relacionados con la publicidad; servicios de consultoría, asesoramiento y asistencia en publicidad, marketing y promoción; servicios de consultoría en anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría en materia de anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría en publicidad y marketing; servicios de consultoría en publicidad y mercadotecnia; servicios de creación de marcas en cuanto publicidad y promoción; servicios de creación de marcas (publicidad y promoción); servicios de creación de marcas [publicidad y promoción]; servicios de investigación en el ámbito de la publicidad; servicios de planificación para la publicidad; servicios de publicidad, promoción y marketing; servicios de publicidad, promoción y relaciones públicas; servicios de publicidad y de marketing; servicios de publicidad y de promoción, así como asesoramiento en este ámbito; servicios de publicidad y marketing; servicios de publicidad y promoción; servicios promocionales, de marketing y publicidad; servicios de asesoramiento relacionados con relaciones públicas; servicios de consultoría en relaciones públicas; servicios de estrategia de comunicación de relaciones públicas; servicios de externalización en el ámbito de la gestión de las relaciones con la clientela; servicios de promoción de marcas y relaciones públicas; servicios de desarrollo de campañas de marketing para terceros; desarrollo de campañas de comunicación en el ámbito de las relaciones públicas; desarrollo de campañas promocionales; preparación de campañas publicitarias; presentación de productos al público; promoción de diseños de terceros por medio de la facilitación de portafolios en línea a través de un sitio web; análisis comercial estratégico; análisis de beneficios comerciales; análisis de datos comerciales; asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento comercial sobre marketing; compilación de índices de información con fines comerciales o publicitarios; consultoría comercial en materia de marketing; consultoría en estrategias comerciales; creación de redes comerciales; desarrollo de estrategias comerciales; difusión de información comercial; dirección de eventos comerciales; dirección de eventos con fines comerciales o promociones; dirección de eventos con fines comerciales o publicitarios; dirección de eventos con fines comerciales y promociones; dirección de eventos con fines comerciales y publicitarios; dirección, preparación y organización de muestras comerciales y ferias especializadas con fines comerciales y publicitarios; distribución de anuncios publicitarios y comerciales; elaboración de perfiles de consumidores para fines comerciales o de marketing; encuestas e investigaciones comerciales; gestión de información comercial; gestión de negocios comerciales y marketing de marcas para empresas y particulares; gestión y consultoría comercial en relación con las actividades de marketing y el lanzamiento de nuevos productos; marketing y actividades promocionales en materia de administración y gestión de negocios comerciales; organización de eventos con fines comerciales y publicitarios; organización de eventos con fines comerciales o promociones; organización de eventos con fines comerciales o publicitarios; organización de eventos con fines comerciales y promociones; organización de eventos comerciales; preparación de estadísticas comerciales; promoción comercial; promoción comercial de productos; realización de eventos comerciales; servicios de análisis e información comercial, y estudios de mercado; servicios de análisis e informes estadísticos con fines comerciales; servicios de asesoramiento en relación con el análisis comercial; servicios de consultoría comercial en materia de marketing; servicios de

Ref. Expediente N° SD2025/0066305

consultoría en estrategias comerciales; servicios de consultoría comercial para la transformación digital; servicios de publicidad digital.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2022/0103651 Clase 35: Galerías de arte con fines comerciales; galerías de arte con fines comerciales o publicitarios; servicios de venta minorista de obras de arte suministradas por galerías de arte; galerías de arte con fines publicitarios; organización de exposiciones de arte con fines comerciales o publicitarios; organización y dirección de exposiciones de arte con fines comerciales o publicitarios.

Es importante precisar que los signos distintivos no se conceden para clases en abstracto, sino para productos y servicios específicos. En este caso, el signo solicitado limita su cobertura a servicios de mercadeo, publicidad, consultoría en marketing, creación y posicionamiento de marcas, promoción comercial, organización de eventos con fines publicitarios y gestión de negocios comerciales, todos ellos orientados a la visibilidad, difusión y posicionamiento de productos y servicios en el mercado.

Por su parte, el signo antecedente protege servicios de galería de arte con fines comerciales y publicitarios, venta minorista de obras de arte y organización de exposiciones con finalidad comercial o publicitaria. Aunque especializados en el ámbito artístico, estos servicios también se insertan en el sector de la comercialización y promoción de bienes.

Bajo el criterio de razonabilidad, la relación entre ambas coberturas evidencia conexidad competitiva, ya que los servicios enfrentados comparten la finalidad de promocionar y comercializar bienes, utilizan canales coincidentes de difusión y se dirigen al mismo público consumidor. En este escenario, el consumidor puede asociar razonablemente que los servicios provienen del mismo origen empresarial, configurándose un riesgo de confusión respecto de su procedencia.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca Origami Comunicación y Mercadeo (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Origami Mercadeo Social S.A.S., por las razones

⁵ **35:** Servicios de mercadeo destinados a incitar la compra de productos de terceros; actividades colectivas de publicidad y de marketing; análisis de respuesta a la publicidad; asesoramiento comercial sobre publicidad; asesoramiento en materia de publicidad; asesoramiento en materia de publicidad y de negocios; consultoría de publicidad de prensa; consultoría empresarial sobre publicidad; consultoría en materia de publicidad; consultoría en materia de publicidad y de gestión de negocios; consultoría en publicidad; consultoría en publicidad en la prensa; consultoría en publicidad y marketing; consultoría en publicidad y mercadotecnia; consultoría relacionada con servicios de publicidad y promoción; consultoría sobre estrategias de comunicación [publicidad]; consultoría sobre publicidad; consultoría sobre servicios de publicidad y promoción; creación de marcas [publicidad y promoción]; difusión de publicidad para terceros a través de redes de comunicación electrónica en línea; difusión de publicidad por internet para terceros; distribución de publicidad y anuncios comerciales; edición y posproducción de anuncios y publicidad; evaluación de la influencia de la publicidad en las audiencias; evaluación del impacto de la publicidad en el público;

Ref. Expediente N° SD2025/0066305

expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a Origami Mercadeo Social 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

facilitación de espacios en sitios web para publicidad de productos y servicios; facilitación de espacios en sitios web para publicidad de productos y/o servicios; investigación de mercado para publicidad; montaje de postproducción de publicidad; montaje de postproducción de publicidad o anuncios publicitarios; montaje de postproducción de publicidad y de anuncios publicitarios; preparación de presentaciones audiovisuales para su uso en publicidad; preparación de publicidad a medida para terceros; promoción [publicidad] de actividades comerciales; promoción [publicidad] de negocios comerciales; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; publicidad a través de todo tipo de medios de comunicación públicos; publicidad a través de todos los medios públicos de comunicación; publicidad de marketing directo; publicidad en la prensa popular y profesional; publicidad en línea; publicidad para terceros; publicidad y marketing; servicios de agencias de publicidad; servicios de agencias de publicidad especializadas en estrategias de marketing para promover los negocios; servicios de anuncios publicitarios, marketing y publicidad; servicios de asesoramiento en materia de publicidad; servicios de asesoramiento relacionados con la publicidad; servicios de consultas de negocios relacionados con la publicidad; servicios de consultoría, asesoramiento y asistencia en publicidad, marketing y promoción; servicios de consultoría en anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría en materia de anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría en publicidad y marketing; servicios de consultoría en publicidad y mercadotecnia; servicios de creación de marcas en cuanto a publicidad y promoción; servicios de creación de marcas (publicidad y promoción); servicios de creación de marcas [publicidad y promoción]; servicios de investigación en el ámbito de la publicidad; servicios de planificación para la publicidad; servicios de publicidad, promoción y marketing; servicios de publicidad, promoción y relaciones públicas; servicios de publicidad y de marketing; servicios de publicidad y de promoción, así como asesoramiento en este ámbito; servicios de publicidad y marketing; servicios de publicidad y promoción; servicios promocionales, de marketing y publicidad; servicios de asesoramiento relacionados con relaciones públicas; servicios de consultoría en relaciones públicas; servicios de estrategia de comunicación de relaciones públicas; servicios de externalización en el ámbito de la gestión de las relaciones con la clientela; servicios de promoción de marcas y relaciones públicas; servicios de desarrollo de campañas de marketing para terceros; desarrollo de campañas de comunicación en el ámbito de las relaciones públicas; desarrollo de campañas promocionales; preparación de campañas publicitarias; presentación de productos al público; promoción de diseños de terceros por medio de la facilitación de portafolios en línea a través de un sitio web; análisis comercial estratégico; análisis de beneficios comerciales; análisis de datos comerciales; asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento comercial sobre marketing; compilación de índices de información con fines comerciales o promociones; consultoría comercial en materia de marketing; consultoría en estrategias comerciales; creación de redes comerciales; desarrollo de estrategias comerciales; difusión de información comercial; dirección de eventos comerciales; dirección de eventos con fines comerciales o promociones; dirección de eventos con fines comerciales o publicitarios; dirección, preparación y organización de eventos con fines comerciales y promociones; dirección de eventos con fines comerciales y publicitarios; distribución de anuncios publicitarios y comerciales; elaboración de perfiles de consumidores para fines comerciales o de marketing; encuestas e investigaciones comerciales; gestión de información comercial; gestión de negocios comerciales y marketing de marcas para empresas y particulares; gestión y consultoría comercial en relación con las actividades de marketing y el lanzamiento de nuevos productos; marketing y actividades promocionales en materia de administración y gestión de negocios comerciales; organización de eventos con fines comerciales y publicitarios; organización de eventos con fines comerciales o promociones; organización de eventos con fines comerciales o publicitarios; organización de eventos con fines comerciales y promociones; organización de eventos comerciales; preparación de estadísticas comerciales; promoción comercial; promoción comercial de productos; realización de eventos comerciales; servicios de análisis e información comercial, y estudios de mercado; servicios de análisis e informes estadísticos con fines comerciales; servicios de asesoramiento en relación con el análisis comercial; servicios de consultoría comercial en materia de marketing; servicios de consultoría en estrategias comerciales; servicios de consultoría comercial para la transformación digital; servicios de publicidad digital.