

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 30264

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

Por la cual se decide un recurso de apelación

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL
en ejercicio de las facultades que le confiere el artículo 18 numeral 10° del Decreto
4886 del 23 de Diciembre de 2011,

CONSIDERANDO

Que mediante Resolución N° 4658 de 26 de enero de 2026, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la Marca **TABLE** (Mixta), solicitada por TABLE WAITER S.A.S., para distinguir los siguientes servicios que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

42: Acceso a software en línea no descargable para su uso en la comunicación; acceso a software en línea no descargable para su uso en la gestión de cadenas de suministro; acceso a software en línea no descargable para tratamiento de textos; actualización de software; actualización de software de bases de datos; actualización de software de smartphones; actualización de software de smartphones; actualización de software en relación con la seguridad informática y la prevención de riesgos informáticos; actualización de software para bases de datos; actualización de software para smartphones; alojamiento de plataformas de software de computador para la colaboración profesional basada en la realidad virtual; alojamiento de plataformas de software de computadora para la colaboración profesional basada en la realidad virtual; alojamiento de plataformas de software de ordenador para la colaboración profesional basada en la realidad virtual; alquiler de computadoras y software; alquiler de equipos de procesamiento de texto [software]; alquiler de hardware y software; alquiler de ordenadores y de software informático; alquiler de ordenadores y software; alquiler de programas (software) de ordenador; alquiler de software; alquiler de software de acceso a internet; alquiler de software de aplicación; alquiler de software de aplicaciones; alquiler de software informático; asesoramiento sobre el diseño de software; configuración de software; consultoría en diseño de software; consultoría en mantenimiento de software; control de calidad en materia de software de computador; creación, mantenimiento y actualización de software informático; creación, mantenimiento y adaptación de software; creación, mantenimiento y modernización de software informático; creación y mantenimiento de software para blogs; depuración de software; desarrollo de software; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia; desarrollo de software de bases de datos; desarrollo de software de bases de datos informáticas; desarrollo de software de computador; desarrollo de software de computador en el ámbito de las aplicaciones móviles; desarrollo de software de computador para terceros; desarrollo de software de computadora; desarrollo de software informático; desarrollo de software informático para terceros; desarrollo y prueba de software; desarrollo y pruebas de software; diseño de hardware y software; diseño de hardware y software informáticos; diseño de software para smartphones; diseño de software para teléfonos inteligentes; diseño de software para terceros; diseño, desarrollo y programación de software; diseño y alquiler de software; instalación de software; instalación de software de bases de datos; mantenimiento y actualización de software;

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

personalización de software; portabilidad de software; programación de software; programación de software informático; pruebas de software; reparación de software; servicios de actualización de software; servicios de asesoramiento de software informático; servicios de asistencia técnica de software; servicios de asistencia técnica para software; servicios de consultoría en diseño, selección, implementación y uso de sistemas de hardware y software; servicios de desarrollo de software; servicios de diseño de software; servicios de ingeniería de software; servicios de investigación y desarrollo de software; servicios de mantenimiento de software informático; servicios de programación de software; software como servicio; suministro de acceso temporal de software en línea no descargable.

Lo anterior, por considerar que se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

Que mediante escrito presentado dentro del término y con el lleno de los requisitos legales, TABLE WAITER S.A.S., interpuso recurso de apelación en contra de la resolución mencionada en el considerando primero, con el objeto de que se revoque, con fundamento en los siguientes argumentos:

“En primer lugar, debe indicarse que la sociedad OG TECH S.A.S., identificada con el NIT 901.388.119-1, la cual es la titular de la marca mixta registrada ON THE TABLE, se abstuvo de presentar oposición en contra de la solicitud relacionada con el Expediente N° SD2025/0073843.

Adicionalmente, con base en la información publicada en el RUES, es evidente que la sociedad OG TECH S.A.S. ha incumplido con el deber de renovar la matrícula mercantil desde el año 2021, lo cual denota una clara inactividad de la misma.

(...)

La marca TABLE es mixta, y en esta predomina el elemento denominativo, al contar con dos terceras partes de su dimensión en la parte denominativa, y relegando una imagen de una mesa con cuatro asientos para la restante tercera parte de su magnitud. La mesa ofrece una vista desde un plano superior vertical, con los cuatro asientos, emulando el espacio para los comensales.

En tal signo no se solicitó la reivindicación de los colores, dejando la marca en el espectro de blanco y negro.

En dicha marca es claro que predomina el elemento denominativo, aunque la evocación a la mesa (table en inglés) es evidente e innegable.

Por su parte, la marca mixta ON THE TABLE conlleva una predominancia del elemento figurativo o gráfico, lo cual es contrario a la postura asumida por el despacho.

(...)

Sin ir más lejos, en la estructura de la marca sobresale un rombo con una figura de tenedor con una T incorporada en su interior. Tal T podría incluso evocar la consonante inicial de la palabra tenedor, la cual prevalece en el rombo que no se logra plenamente asociar a una mesa (table en inglés). De hecho, solo surge la asociación entre el rombo y el concepto de mesa, una vez se lee la parte

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

denominativa ON THE TABLE del signo, toda vez que tal figura carece de esquinas definidas o de sillas o asientos, que permitan asociar su imagen con aquella de una mesa (table).

Tal marca reivindicó de forma antitécnica los colores que incorpora, indicando que se trataba de “blanco y rojo”; no obstante, esa connotación genera un elemento diferenciador adicional entre las marcas sub examine, puesto que el rombo rojo y el tenedor blanco, así como las letras ON THE TABLE, difieren sensiblemente de la marca objeto de reparo.

Retomando el erróneo criterio del despacho, es necesario advertir que la marca ON THE TABLE hace referencia expresa a que un tenedor se encuentra sobre la mesa. Allí se denota, nuevamente en el componente gráfico del signo, que un tenedor blanco se encuentra puesto sobre una mesa roja, cuyo color puede proceder de la típica tonalidad roja de ciertos manteles tradicionales."

Que para resolver el recurso de apelación interpuesto, según el artículo 80 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo, es preciso resolver *“todas las peticiones que hayan sido oportunamente planteadas y las que surjan con motivo del recurso”*.

1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: CONFUNDIBILIDAD

1.1. 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”.*

1.2. La norma

De acuerdo con la disposición andina citada, se requiere la presencia de dos supuestos para su aplicación:

- i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero.
- ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la marca previamente solicitada o registrada.

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, al abordar ésta causal objeto de estudio, ha indicado de manera reiterada lo siguiente:

“Como se desprende de esta disposición, no es registrable un signo que sea idéntico o similar a otro signo registrado o solicitado con anterioridad por un tercero, porque en dichas condiciones carece de fuerza distintiva. Los signos no son distintivos

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

extrínsecamente cuando puedan generar riesgo de confusión (directo o indirecto) y/o riesgo de asociación en el público consumidor¹.

Así mismo, define el riesgo de confusión y de asociación de la siguiente manera:

El riesgo de confusión puede ser directo e indirecto. El primero, riesgo de confusión directo, está caracterizado por la posibilidad de que el consumidor al adquirir un producto o servicio determinado crea que está adquiriendo otro. Y el segundo, riesgo de confusión indirecto, se presenta cuando el consumidor atribuye a dicho producto, en contra de la realidad de los hechos, un origen empresarial diferente al que realmente posee.

El riesgo de asociación consiste en la posibilidad de que el consumidor, aunque diferencie las marcas en conflicto y el origen empresarial del producto, al adquirirlo piense que el productor de dicho producto y otra empresa tienen una relación o vinculación económica.

1.2.1. Identidad o semejanza de los signos

De este modo, para el primer supuesto se deberá examinar si entre los signos confrontados existe identidad o semejanza, para luego determinar si esto es capaz de generar riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor, teniendo en cuenta que la semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos:

Ortográfica: Se refiere a la semejanza de las letras de los signos en conflicto desde el punto de vista de su configuración; esto es, tomando en cuenta la secuencia de vocales, la longitud de la o las palabras, el número de sílabas, las raíces, o las terminaciones comunes de los signos en conflicto, los cuales pueden inducir en mayor grado a que el riesgo de confusión sea más palpable u obvio.

Fonética: Se refiere a la semejanza de los sonidos de los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de la coincidencia en las raíces o terminaciones; sin embargo, también debe tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados.

Conceptual o ideológica: Se configura entre signos que evocan una idea y/o valor idéntico y/o semejante.

Gráfica o figurativa: Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo o el concepto que evocan.

Ahora bien, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina² ha estipulado las siguientes reglas para el cotejo de marcas:

- a) La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto de los signos en conflicto; es decir, cada uno debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad fonética, ortográfica, gráfica o figurativa y conceptual o ideológica.

¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 24-IP-2021.

² Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

- b) En la comparación se debe emplear el método del cotejo sucesivo; esto es, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, pues el consumidor difícilmente observará los signos al mismo tiempo, sino que lo hará en momentos diferentes.
- c) El análisis comparativo debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias, pues es en las semejanzas en las que se puede percibir el riesgo de confusión o asociación.
- d) Al realizar la comparación es importante colocarse en el lugar del consumidor y su grado de percepción, de conformidad con el tipo de productos o servicios de que se trate, bajo los siguientes criterios:

- (i) Criterio del consumidor medio: Si estamos frente a productos y/o servicios de consumo masivo, el criterio del consumidor medio podría ser el soporte del análisis de confundibilidad. De acuerdo con las máximas de la experiencia, al consumidor medio se le presume normalmente informado y razonablemente atento, cuyo nivel de percepción es variable en relación con la categoría de bienes o productos, lo que debe ser analizado y ponderado por la autoridad nacional competente.

El grado de atención del consumidor medio es un parámetro importante para el análisis de confundibilidad de signos que diferencien productos o servicios de consumo masivo, bajo el entendido de que puede variar o graduarse según el tipo de producto del cual se trate, pues por vía de ejemplo no se presta el mismo nivel de atención al adquirir productos cosméticos que al comprar pasabocas para fiestas.

- (ii) Criterio del consumidor selectivo: Se basa en un consumidor más informado y atento que el consumidor medio, ya que elige los bienes y servicios bajo ciertos parámetros específicos de calidad, posicionamiento o estatus. Es un consumidor que se ha instruido claramente de las características y cualidades de los productos o servicios que desea adquirir. Sabe detalles estéticos, de calidad y funcionamiento que la media de la población no sabría. Por ejemplo, el consumidor de servicios de restaurantes gourmet es consciente del servicio que prestan, pues sabe datos de su atención al cliente, costo de los platos, manejo publicitario, promociones, etc.
- (iii) Criterio del consumidor especializado: Se basa en un consumidor absolutamente informado y atento sobre las características técnicas, funcionales o prácticas de los productos o servicios que adquiere, teniendo como soporte su alto grado de instrucción técnica o profesional. Dicho consumidor hace una evaluación más prolija del bien o servicios que desea adquirir, lo que debe ser tomado en cuenta por la autoridad nacional competente al realizar el respectivo análisis de confundibilidad.

1.2.2. Criterios de conexidad de los productos o servicios

De conformidad con el artículo 151 de la Decisión 486, las clases de la Clasificación Internacional de Niza no determinarán la similitud ni la disimilitud de los productos o servicios.

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

De este modo, para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes tres criterios sustanciales:

“a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos o 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. En términos conceptuales, la sustitución se presenta cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. En términos concretos, para apreciar la sustituibilidad entre productos (o servicios) la autoridad nacional competente tendrá en consideración la finalidad y características de dichos productos (o servicios), el rango de precios entre ellos, 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 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.

Los criterios de sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad y razonabilidad acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios.

Los siguientes criterios, en cambio, por sí mismos son insuficientes para acreditar relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, pues estos necesariamente tienen que ser analizados a la luz de cualquiera de los tres criterios sustanciales antes referidos:

La pertenencia a una misma clase de los productos o servicios de la Clasificación Internacional de Niza

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

La inclusión de productos o servicios en una misma clase no resulta determinante para efectos de establecer la conexión competitiva entre los productos o servicios objeto de análisis. En efecto, podría darse el caso de que los signos comparados distingan productos o servicios pertenecientes a categorías o subcategorías disímiles, aunque pertenecientes a una misma clase de la Clasificación Internacional de Niza. Por tanto, este criterio solo podrá ser utilizado de manera complementaria para determinar la existencia de conexión competitiva.

Los canales de aprovisionamiento, distribución o de comercialización; los medios de publicidad empleados; la tecnología empleada; la finalidad o función; el mismo género; o la misma naturaleza de los productos o servicios

Estos criterios considerados aisladamente no acreditan la existencia de conexión competitiva. Así, por ejemplo, dos productos pueden tener la misma naturaleza o género, pero si los consumidores comprenden con relativa facilidad que los productores de uno no son los productores del otro, no habrá conexión competitiva entre ellos.

Dos productos completamente disímiles (v.g., candados e insecticidas) pueden tener el mismo canal de comercialización (v.g., ferreterías) y compartir el mismo medio de publicidad (v.g., un panel publicitario rotativo), sin que ello evidencie la existencia de conexión competitiva entre ambos. De allí que estos criterios deben analizarse conjuntamente con los criterios intrínsecos para observar la existencia de conexión competitiva.

Asimismo, si los productos o servicios se dirigen a destinatarios diferentes, como regla general, no existirá conexión competitiva.

Por tal razón, para establecer la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios la autoridad consultante, en el caso en concreto, debe analizar si entre ellos existe sustituibilidad (intercambiabilidad), complementariedad o la posibilidad razonable de provenir del mismo empresario³.

2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DE LOS SIGNOS A CONFRONTAR

2.1. Naturaleza y descripción del signo solicitado



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta conformado por un elemento nominativo consistente en la expresión TABLE. Adicionalmente, la disposición gráfica consta de un tipo caligráfico estándar y una imagen al costado izquierdo en color claro sobre fondo oscuro.

³ Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

2.2. Naturaleza y descripción de la marca previamente registrada

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	ON THE TABLE	OG TECH SAS	SD2020/0077120	11	9	Marca	Registrada



La marca previamente registrada es de naturaleza mixta conformada por un elemento nominativo consistente en los vocablos ON THE TABLE. Adicionalmente, la disposición gráfica consta de un estilo de letra estándar ubicada debajo de un rombo de puntas redondas que incorpora un tenedor, en combinación de colores blanco y rojo.

3. CASO CONCRETO

3.1. Análisis comparativo de los signos

En aplicación a las reglas generales de comparación desarrolladas por la jurisprudencia andina, apreciando los conjuntos marcarios, pero teniendo en cuenta el elemento que cumple la función diferenciadora y enfatizando en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación, esta Delegatura encuentra que el signo solicitado TABLE y la marca previamente registrada ON THE TABLE son similarmente confundibles desde el plano ortográfico, fonético y conceptual, atendiendo a la impresión global que los signos producen, debido a la inclusión de las expresiones similares TABLE en tamaño preponderante dentro de sus conjuntos.

Por otra parte, se manifiesta que, no obstante los signos comparados ser de naturaleza mixta, es el elemento nominativo de cada uno de ellos el preponderante, por cuanto son las palabras o expresiones verbales las que causan mayor impacto en el consumidor medio, al ser aquellas que usaría para solicitar los productos y/o servicios protegidos con estos. Es importante observar que el público percibe los elementos denominativos de un modo diferente a los otros tipos de elementos; los elementos denominativos se pueden leer o se pueden asociar con una secuencia de letras.

Es necesario recordar que el consumidor de sus productos y servicios, habitualmente, no verá los signos simultáneamente, sino que guardará simplemente un recuerdo imperfecto en su memoria de los signos en cuestión y, además, el consumidor tiende a recordar las similitudes antes que las diferencias entre los signos. Por todo ello, y los factores previamente mencionados, lo probable es que el público, cuando se encuentre ante el

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

signo reivindicado TABLE, lo confunda y pueda asociarlo erróneamente con la marca registrada ON THE TABLE.

Así las cosas, es notable que los elementos gráficos de las marcas mixtas en comparación no desvirtúan la percepción predominante derivada de la expresión verbal coincidente TABLE; y, teniendo en cuenta que, en el análisis de signos complejos corresponde identificar el vocablo que cumple función diferenciadora dentro del conjunto marcario, valorando su ubicación y nivel de distintividad. Bajo ese criterio, se observa que la fuerza distintiva de la marca registrada se concentra en la expresión TABLE, pues son los vocablos con tamaño preponderante los que causa un mayor impacto reforzando su capacidad evocativa y su recordación por parte del público consumidor.

En consecuencia, el fragmento en el que recae la fuerza distintiva de la marca pretendida TABLE se encuentra íntegramente contenido en la marca registrada ON THE TABLE, configurándose así una reproducción marcaria parcial, coincidencia en el elemento distintivo principal que genera una similitud relevante entre los signos enfrentados, sin que suprimir la estructura preposicional comúnmente usada en inglés IN THE, logre diferenciarlas de manera loable en el mercado y no causen que el consumidor medio de sus productos y servicios, erróneamente piense que provienen del mismo origen empresarial o de empresas económicamente vinculadas, máxime teniendo en cuenta que lo que retendrá en su mente el consumidor es la idea de una "mesa" o su equivalente en inglés "table".

Un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión y de asociación frente a otros signos previamente registrados o solicitados en registro, activa la causal de irregistrabilidad relativa prevista en el régimen comunitario de propiedad industrial, porque el ordenamiento protege tanto a los consumidores a elegir libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado, así como salvaguarda los derechos del titular del signo previamente registrado.

Finalmente, es necesario aclarar que el estudio comparativo que debe realizar esta oficina solo puede incluir la información brindada dentro de la solicitud y en los registros base de la negación, al ser esta la manifestación jurídicamente vinculante en lo que concierne al alcance de las reivindicaciones de la primera y los derechos concedidos por la marca registrada, pues son estas las que fueron consignadas dentro del registro de marcas

Así, el estudio comparativo debe seguir los parámetros establecidos en la solicitud de registro del signo y en el registro de la marca antecedente, sin que este se vea afectado por usos eventuales de los signos que sus titulares puedan darles en el mercado, pues de lo contrario se estaría desconociendo el efecto constituyente de derechos del registro marcario (artículo 154 de la Decisión 486).

Por lo tanto, las observaciones y evidencias que el recurrente trajo a colación acerca de la supuesta ausencia de uso por no renovar una matrícula mercantil, no están llamadas a afectar las apreciaciones realizadas por este Despacho en el presente asunto, por considerarse impertinentes a la luz de la causal de irregistrabilidad consagrada en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.⁴

⁴ "No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

3.2. Conexidad competitiva

Encontrando que existen similitudes entre los signos confrontados, esta Delegatura atendiendo a los argumentos esbozados por el recurrente en su escrito de apelación, procederá a realizar el respectivo análisis de conexidad competitiva entre los servicios que pretende distinguir el signo solicitado frente a la cobertura que ampara la marca registrada situándose en el lugar del consumidor, así como su grado de percepción de conformidad con el tipo de servicios de que se trata.

Para lo cual, tendrá en cuenta que la Decisión 486 establece ciertas limitaciones y excepciones al derecho exclusivo de la marca “ius prohibendi”, las cuales se encuentran determinadas en los artículos 157, 158 y 159 de la antedicha norma.

Adicionalmente, esta Delegatura considerará los criterios de conexidad competitiva establecidos por la interpretación IP 100-2018 del Tribunal Andino, que establece: 1) el grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios de los signos bajo análisis; 2) la complementariedad entre aquellos y 3) la posibilidad de considerar que provienen del mismo empresario (razonabilidad).

Así mismo y solo de manera complementaria a los criterios previamente enunciados, como factor de conexión competitiva se examinarán los canales de aprovisionamiento, distribución y/o de comercialización, así como los medios de publicidad empleados en su difusión, la tecnología utilizada, su finalidad o función, y el género la naturaleza de los productos o servicios.

El signo solicitado pretende distinguir:

42: Acceso a software en línea no descargable para su uso en la comunicación; acceso a software en línea no descargable para su uso en la gestión de cadenas de suministro; acceso a software en línea no descargable para tratamiento de textos; actualización de software; actualización de software de bases de datos; actualización de software de smartphones; actualización de software de smartphones; actualización de software en relación con la seguridad informática y la prevención de riesgos informáticos; actualización de software para bases de datos; actualización de software para smartphones; alojamiento de plataformas de software de computador para la colaboración profesional basada en la realidad virtual; alojamiento de plataformas de software de computadora para la colaboración profesional basada en la realidad virtual; alojamiento de plataformas de software de ordenador para la colaboración profesional basada en la realidad virtual; alquiler de computadoras y software; alquiler de equipos de procesamiento de texto [software]; alquiler de hardware y software; alquiler de ordenadores y de software informático; alquiler de ordenadores y software; alquiler de programas (software) de ordenador; alquiler de software; alquiler de software de acceso a internet; alquiler de software de aplicación; alquiler de software de aplicaciones; alquiler de software informático; asesoramiento sobre el diseño de software; configuración de software; consultoría en diseño de software; consultoría en mantenimiento de software; control de calidad en materia de software de computador; creación, mantenimiento y actualización de software informático; creación, mantenimiento y adaptación de software;

- 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”.*

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

creación, mantenimiento y modernización de software informático; creación y mantenimiento de software para blogs; depuración de software; desarrollo de software; desarrollo de software de aplicación para distribución de contenidos multimedia; desarrollo de software de bases de datos; desarrollo de software de bases de datos informáticas; desarrollo de software de computador; desarrollo de software de computador en el ámbito de las aplicaciones móviles; desarrollo de software de computador para terceros; desarrollo de software de computadora; desarrollo de software informático; desarrollo de software informático para terceros; desarrollo y prueba de software; desarrollo y pruebas de software; diseño de hardware y software; diseño de hardware y software informáticos; diseño de software para smartphones; diseño de software para teléfonos inteligentes; diseño de software para terceros; diseño, desarrollo y programación de software; diseño y alquiler de software; instalación de software; instalación de software de bases de datos; mantenimiento y actualización de software; personalización de software; portabilidad de software; programación de software; programación de software informático; pruebas de software; reparación de software; servicios de actualización de software; servicios de asesoramiento de software informático; servicios de asistencia técnica de software; servicios de asistencia técnica para software; servicios de consultoría en diseño, selección, implementación y uso de sistemas de hardware y software; servicios de desarrollo de software; servicios de diseño de software; servicios de ingeniería de software; servicios de investigación y desarrollo de software; servicios de mantenimiento de software informático; servicios de programación de software; software como servicio; suministro de acceso temporal de software en línea no descargable.

La marca previamente registrada identifica:

Expediente SD2020/0077120

Clase 9: Aplicaciones de software para dispositivos móviles; productos de software; programas informáticos [software descargable]; software; software de aplicación.

Existe conexión competitiva por complementariedad, cuando el consumo de un producto y/o servicio genera o implica la necesidad de consumir otro. En este caso, los productos como aplicaciones de software para dispositivos móviles, productos de software, programas informáticos [software descargable], software y software de aplicación registrados, necesitan para su existencia y funcionamiento de los servicios de acceso, actualización, alojamiento, alquiler, asesoramiento, configuración, consultoría, creación, mantenimiento, modernización, control de calidad, depuración, desarrollo, diseño, pruebas, alquiler, instalación, actualización, personalización, portabilidad, programación, reparación, asistencia técnica, selección, implementación y uso, ingeniería, investigación, desarrollo, programación y suministro de acceso en software pretendidos, requiriendo así unos de los otros. Conforme lo anterior, la existencia de uno supone incontrovertiblemente la existencia del otro.

Por otra parte, existe conexión competitiva por razonabilidad, cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado, puede asumir que los productos y/o servicios identificados por los signos confrontados provienen del mismo empresario.

De acuerdo con lo anterior y en atención al criterio de razonabilidad, el consumidor promedio de los servicios y productos tecnológicos enfrentados, considerando la realidad del mercado, podría asumir como sensato que los productos de software y los servicios

Ref. Expediente N° SD2025/0073843

de software provengan del mismo empresario, ya que también resulta usual que el mismo empresario que produce software preste dichos servicios que le son necesarios bajo una misma marca, lo que resulta en que el consumidor al encontrar los signos en el mercado difícilmente podría identificar el distinto origen empresarial de cada uno y los confunda de manera indirecta o asocie.

Aunado a esto, es clara la conexión competitiva existente entre los signos confrontados, en la medida en que los dos utilizarían los mismos canales de comercialización y distribución (portales web corporativos, ferias de tecnología, consultoras informáticas, marketplaces de servicios de software, departamentos de TI de las empresas, etc.), dejando esto como consecuencia que el público consumidor pueda encontrar los signos en un mismo mercado o entorno.

No siendo vano recordar, que en virtud de la teoría de la interdependencia, entre mayor sea la similitud entre los signos confrontados, mayor debe ser la diferenciación entre los productos o servicios que identifican, lo cual no ocurre en el presente caso.

4. Ausencia de oposición

Respecto al argumento según el cual no se presentó oposición por parte del titular del signo fundamento de negación, se advierte que la no presentación de oposiciones, no es argumento válido para colegir que el signo solicitado no se encuentra incurso en la causal de irregistrabilidad estudiada, toda vez que el examen de registrabilidad que debe practicar la esta Oficina, comprende el análisis de todas las exigencias establecidas en la norma para que un signo pueda ser registrado como marca, pues la administración está en la obligación de negar el registro como marca de cualquier signo que se encuadre en alguna de las causales de irregistrabilidad previstas en la normativa comunitaria.

5. CONCLUSIÓN

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente confirmar la Resolución N° 4658 de 26 de enero de 2026.

En mérito de lo expuesto,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Confirmar la decisión contenida en la Resolución N° 4658 de 26 de enero de 2026 proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

ARTÍCULO 2: Notificar a TABLE WAITER S.A.S., parte solicitante, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE

Dada en Bogotá D.C., el 24 de abril de 2026

LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,

Ref. Expediente N° SD2025/0073843



PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL