

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 30797

Ref. Expediente N° SD2025/0116175

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 7 de noviembre de 2025, IMPORTADORA MOTOTIENDA MT S.A.S, solicitó el registro de la Marca **MT MOTRIX** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 12 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1089, 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 irreregistrabilidad 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 irreregistrabilidad 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.

¹ **12:** Alforjas para motocicletas; amortiguadores para motocicletas; bocinas para motocicletas; bolsas para portaequipajes para motocicletas; brazos oscilantes para motocicletas; brazos oscilantes para motocicletas; cables de freno para motocicletas; cadenas de motocicleta; cofres diseñados para motocicletas; cofres especiales para motocicletas; cuadros de motocicleta; cubos de rueda para motocicletas; cubos de ruedas para motocicletas; cubos para ruedas de motocicleta; discos de freno para motocicletas; frenos para motocicletas; fundas ajustables para motocicletas; fundas especiales para motocicletas; fundas impermeables ajustadas con cierres de cremallera para el almacenamiento de motocicletas; guardabarros para motocicleta; guardabarros para motocicletas; infladores de motocicletas; lonas adaptadas [ajustadas] para motocicletas; lonas para motocicletas [ajustables]; manubrios de motocicleta; motocicletas; motocicletas de cuatro ruedas (quads); motores de motocicleta; neumáticos de motocicleta; neumáticos para motocicletas; pedales de freno para motocicletas; pedales de motocicletas; pedales para motocicletas; pinzas de freno para motocicletas; portaequipajes para motocicletas; reposapiés para motocicletas; rines de rueda para motocicletas; ruedas de motocicleta; ruedas para motocicletas; sillines de motocicleta; sillines para bicicletas o motocicletas; cadenas de rodillos para motocicletas; cadenas de transmisión para motocicletas; cámaras de aire para neumáticos de vehículo de motor de dos ruedas; cubiertas para pedales de motocicletas; cubos de ruedas de vehículos (motocicletas); embragues motorizados para vehículos terrestres; empuñaduras de manillares [partes de motocicletas]; llantas de rueda para motocicletas; llantas para ruedas de motocicleta; motos; vehículos a motor.

Ref. Expediente N° SD2025/0116175

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.

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	MOTRIX FILTER	PRISMA BUSINESS CORP SAS	SD2021/0022665	11	7, 35	Marca	Registrada	01 marzo 2033
Mixta	MOTRIX PREMIUM OIL	PRISMA BUSINESS CORP SAS	SD2021/0016216	11	35	Marca	Registrada	08 sept 2032

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 (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° SD2025/0116175

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

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”.

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

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro “**MT MOTRIX**” se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.



Ref. Expediente N° SD2025/0116175

Esta dirección encuentra que, los signos analizados “**MT MOTRIX**” y “**MOTRIX FILTER** y **MOTRIX PREMIUM OIL**” son similarmente confundibles desde su aspecto fonético, y al ser pronunciados generan un impacto sonoro idéntico, en razón a la disposición de los mismos fonemas MO-TRIX.

Así mismo, y en cuanto al análisis ortográfico, se determina una identidad de los elementos nominales que los conforman, ubicados en una posición gramatical similar (M-O-T-R-I-X / M-O-T-R-I-X), aclarando que la variación adicional del signo sujeto a registro “MT”; y sus elementos gráficos, no logran desvirtuar las similitudes denotadas.

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/o 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/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 12: Alforjas para motocicletas; amortiguadores para motocicletas; bocinas para motocicletas; bolsas para portaequipajes para motocicletas; brazos oscilantes de motocicletas; brazos oscilantes para motocicletas; cables de freno para motocicletas; cadenas de motocicleta; cofres diseñados para motocicletas; cofres especiales para motocicletas; cuadros de motocicleta; cubos de rueda para motocicletas; cubos de ruedas para motocicletas; cubos para ruedas de motocicleta; discos de freno para motocicletas; frenos para motocicletas; fundas ajustables para motocicletas; fundas especiales para motocicletas; fundas impermeables ajustadas con cierres de cremallera para el almacenamiento de motocicletas; guardabarros para motocicleta; guardabarros para motocicletas; infladores de motocicletas; lonas adaptadas [ajustadas] para motocicletas; lonas para motocicletas [ajustables]; manubrios de motocicleta; motocicletas; motocicletas de cuatro ruedas (quads); motores de motocicleta; neumáticos de motocicleta; neumáticos para motocicletas; pedales de freno para motocicletas; pedales de motocicletas; pedales para motocicletas; pinzas de freno para motocicletas; portaequipajes para motocicletas; reposapiés para motocicletas; rines de rueda para motocicletas; ruedas de motocicleta; ruedas para motocicletas; sillines de motocicleta; sillines para bicicletas o motocicletas; cadenas de rodillos para motocicletas; cadenas de transmisión para motocicletas; cámaras de aire para neumáticos de vehículo de motor de

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° SD2025/0116175

dos ruedas; cubiertas para pedales de motocicletas; cubos de ruedas de vehículos (motocicletas); embragues motorizados para vehículos terrestres; empuñaduras de manillares [partes de motocicletas]; llantas de rueda para motocicletas; llantas para ruedas de motocicleta; motos; vehículos a motor.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2021/0022665

Clase 7: Filtros de aceite; filtros de aceite [partes de motores]; filtros de aceite [piezas de motores]; filtros de aceite diesel [partes de motores]; filtros de aceite diesel [piezas de motores]; filtros de aceite hidráulico; filtros de aceite para motores; filtros de aire; filtros de aire (para eliminar partículas) para sistemas de escape de motores de combustión interna; filtros de aire [partes de motores]; filtros de aire [piezas de motores]; filtros de aire en cuanto partes de motores; filtros de aire en cuanto piezas de motores; filtros de aire para motores de automóvil; filtros de combustible [partes de motores]; filtros de combustible [piezas de motores]; filtros de diésel [partes de motores]; filtros de diésel [piezas de motores]; filtros de gasóleo [partes de motores]; filtros de gasóleo [piezas de motores]; filtros de limpieza para sistemas de refrigeración de motores; filtros de membranas en cuanto partes de máquinas; filtros de partículas [partes de mecanismos motores]; filtros de polvo para aspiradoras; filtros en cuanto partes de máquinas o motores; filtros para combustible; filtros para motores; filtros para máquinas.

Clase 35: Actividades colectivas de publicidad y de marketing; difusión de publicidad para terceros a través de redes de comunicación electrónica en línea; difusión de publicidad por internet para terceros; organización de publicidad en cines; patrocinio de publicidad; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; publicidad a través de redes de telefonía móvil; publicidad a través de todo tipo de medios de comunicación públicos; publicidad cinematográfica; publicidad de productos y servicios de vendedores en línea mediante guías consultables en línea; publicidad de respuesta directa; publicidad de sitios web comerciales; publicidad de transporte; publicidad directa; publicidad en internet para terceros; publicidad en carteleras electrónicas; publicidad en diarios, folletos y publicaciones periódicas; publicidad en la prensa popular y profesional; publicidad en línea; publicidad en línea por una red informática; publicidad exterior; publicidad mediante tiras publicitarias; publicidad por internet; publicidad por correo directo; publicidad por correo para captar nuevos clientes y conservar la clientela existente; publicidad por correspondencia; publicidad por medios electrónicos; publicidad radiofónica; publicidad televisada; publicidad y promoción de ventas de productos y servicios; publicidad y promoción de ventas de productos y servicios disponibles en línea; publicidad y promoción de ventas sobre productos y servicios; puesta a disposición y alquiler de espacios para publicidad exterior.

Expediente SD2021/0016216

Clase 35: Actividades colectivas de publicidad y de marketing; promoción, publicidad y marketing de sitios web en línea; publicidad; publicidad a través de redes de telefonía móvil; publicidad a través de todo tipo de medios de comunicación públicos; publicidad de respuesta directa; publicidad de sitios web comerciales; publicidad directa; publicidad en carteleras electrónicas; publicidad en diarios, folletos y publicaciones periódicas; publicidad en la prensa popular y profesional; publicidad en línea; publicidad en línea por una red informática; publicidad exterior; publicidad mediante tiras publicitarias; publicidad por internet; publicidad por correo directo; publicidad por correo para captar nuevos clientes y conservar la clientela existente; publicidad por correspondencia; publicidad por cuenta de terceros en internet; publicidad radiofónica; publicidad televisada; publicidad y

Ref. Expediente N° SD2025/0116175

promoción de ventas de productos y servicios; publicidad y promoción de ventas de productos y servicios disponibles en línea; publicidad y promoción de ventas sobre productos y servicios.

Conexidad entre los productos de la clase 12 internacional y los servicios de la clase 35 internacional (Razonabilidad)

Si bien los signos distinguen productos y servicios en diferentes clases, es evidente la existencia de una conexidad entre los bienes comercializados por el titular de la marca previamente registrada y los productos identificados con el signo solicitado. No obstante, la inclusión de la clase 35, relativa a servicios de publicidad y promoción de ventas de productos y servicios, especialmente aquellos ofrecidos en línea, permite establecer que el comerciante desarrollará actividades orientadas a acercar al público consumidor bienes de terceros.

En este contexto, dadas las semejanzas entre los signos, es posible que los consumidores lleguen a considerar que se trata del mismo empresario que comercializa, a nombre propio y a través de su establecimiento de comercio, los productos de terceros comprendidos en la clase 12 solicitada. Ello incrementa el riesgo de confusión, al generar la percepción de que se trata del mismo origen empresarial o de que los productos provienen o están vinculados con la marca previamente registrada, impidiendo así la identificación de un origen empresarial independiente.

Conexidad entre los productos de la clase 12 internacional solicitada y los productos de la clase 7 internacional previamente registrada (Principio de Razonabilidad)

Revisadas las coberturas, esta Dirección encuentra que, a pesar de que los signos confrontados identifican productos comprendidos en diferentes clases del nomenclador internacional (12 y 7), es posible advertir, por criterio de razonabilidad, la existencia de una conexión funcional dentro del sector automotor.

Lo anterior, toda vez que los productos de la clase 7 pueden ser incorporados o resultar necesarios para el funcionamiento de motores de vehículos comprendidos en la clase 12. En este sentido, dicha relación técnica permite inferir que el consumidor del sector automotor pueda llegar a asociar los productos como pertenecientes a una misma línea de origen empresarial o a un mismo ámbito de producción, generándose así una percepción de complementariedad dentro de un entorno industrial amplio.

Dicha apreciación se ve reforzada por el hecho de que en el mercado existen empresas que fabrican y comercializan de manera conjunta productos destinados al sector automotor, lo cual puede generar en el consumidor una expectativa razonable de unidad o consistencia en el origen empresarial de este tipo de bienes.

Entre tanto, teniendo en cuenta la palmaria similitud de los signos, resulta pertinente aplicar lo relativo a la Teoría de la interdependencia, que ha sido reconocida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, al afirmar que:

“(…) Por lo demás, la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los

Ref. Expediente N° SD2025/0116175

productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados⁵.

Justamente, en atención a la teoría mencionada, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. De allí que, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los bienes y/o artículos que se amparan; situación que no se hace manifiesta en el caso analizado.

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 **MT MOTRIX** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 12 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por IMPORTADORA MOTOTIENDA MT S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a IMPORTADORA MOTOTIENDA MT S.A.S, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado 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 27 de abril de 2026

⁵(STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd) "(BERCOVITZ, Alberto: "Apuntes de Derecho Mercantil", Editorial Aranzadi S.A., Navarra España, 2003, p.475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. 2004. Interpretación Prejudicial 135-IP-2004)

⁶ **12:** Alforjas para motocicletas; amortiguadores para motocicletas; bocinas para motocicletas; bolsas para portaequipajes para motocicletas; brazos oscilantes de motocicletas; brazos oscilantes para motocicletas; cables de freno para motocicletas; cadenas de motocicleta; cofres diseñados para motocicletas; cofres especiales para motocicletas; cuadros de motocicleta; cubos de rueda para motocicletas; cubos de ruedas para motocicletas; cubos para ruedas de motocicleta; discos de freno para motocicletas; frenos para motocicletas; fundas ajustables para motocicletas; fundas especiales para motocicletas; fundas impermeables ajustadas con cierres de cremallera para el almacenamiento de motocicletas; guardabarros para motocicleta; guardabarros para motocicletas; infladores de motocicletas; lonas adaptadas [ajustadas] para motocicletas; lonas para motocicletas [ajustables]; manubrios de motocicleta; motocicletas; motocicletas de cuatro ruedas (quads); motores de motocicleta; neumáticos de motocicleta; neumáticos para motocicletas; pedales de freno para motocicletas; pedales de motocicletas; pedales para motocicletas; pinzas de freno para motocicletas; portaequipajes para motocicletas; reposapiés para motocicletas; rines de rueda para motocicletas; ruedas de motocicleta; ruedas para motocicletas; sillines de motocicleta; sillines para bicicletas o motocicletas; cadenas de rodillos para motocicletas; cadenas de transmisión para motocicletas; cámaras de aire para neumáticos de vehículo de motor de dos ruedas; cubiertas para pedales de motocicletas; cubos de ruedas de vehículos (motocicletas); embragues motorizados para vehículos terrestres; empuñaduras de manillares [partes de motocicletas]; llantas de rueda para motocicletas; llantas para ruedas de motocicleta; motos; vehículos a motor.

Ref. Expediente N° SD2025/0116175



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS