

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 31574

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 28 de agosto de 2025, la señora **MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA**, solicitó el registro de la Marca **LONDON HOUSE** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la Clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080 del 29 de septiembre de 2025, la sociedad **FERAL PUB SAS** presentó oposición con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“(…) La marca solicitada LONDON HOUSE, se encuentra dentro de las prohibiciones de registro establecida en el artículo 136, literal a) de la decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, toda vez que al compararla con la marca registrada se concluye que:

Entre LC LONDON CALLING (marca registrada) y LONDON HOUSE (marca solicitada), existe similitud fonética y conceptual.

Entre LC LONDON CALLING (marca registrada) y LONDON HOUSE (marca solicitada), existe Identidad frente a los productos.

LC LONDON CALLING (marca registrada) y LONDON HOUSE (marca solicitada), existe total riesgo de confusión.

LC LONDON CALLING (marca registrada) y LONDON HOUSE (marca solicitada), existe total Riesgo de asociación empresarial. (…)

La marca solicitada a registro LONDON HOUSE, resulta similarmente confundible con la ya registrada, LONDON CALLING. Se puede decir, que reproduce la marca ya concedida. Además, cualquier consumidor podría suponer erróneamente que se trata de otra línea de servicios de FERAL PUB SAS. (…)

(…) LONDON HOUSE, es una expresión que afecta de manera directa los derechos que tiene mi representada, ya que estos servicios tienen los mismos canales de publicidad y mercadeo, causando esto una confusión en el consumidor; haciéndolo pensar que el servicio procede del mismo empresario que ya conocen. (…)

(…) Cualquier consumidor podría pensar que las marcas: LONDON HOUSE, LONDON CALLING, tienen la misma procedencia empresarial, llevándolos a creer que

¹ **43:** Prestación de servicios de restaurante; reserva de mesas de restaurante; reserva de plazas de restaurante; reserva en línea de mesas de restaurantes; reserva en restaurantes; reservas de restaurantes y de comidas; restaurantes con servicio de reparto a domicilio; restaurantes de autoservicio; restaurantes de parrillas; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicio de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; servicios de bar y restaurante; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; servicios de hoteles, bares y restaurantes; servicios de restaurante de comida para llevar; servicios de restaurante de comida rápida; servicios de restaurante y bar; servicios de restaurantes, bares y catering; servicios de restaurantes, bares y coctelerías; servicios de restaurantes de comida para llevar; servicios de restaurantes de comidas rápidas.

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

su titular quiere ampliar su portafolio de servicios en el mercado. (...)

Que, dentro del término concedido para tal efecto, la señora **MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...) Soy titular de la marca LONDON HOUSE (certificado de registro N° 525706, clase 43), registrada previamente ante la SIC, concedida el 29 de septiembre del 2015 y cuya protección continúa vigente conforme al artículo 166 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina. Actualmente renovada.

Uso continuo y notoriedad local: Es importante resaltar que la marca LONDON HOUSE ha coexistido de manera pacífica con la marca opositora LONDON CALLING durante años. La presente solicitud no busca introducir un nuevo competidor que genere riesgo de confusión, sino simplemente actualizar los elementos gráficos de un signo que ya goza de protección legal y reconocimiento en la misma clase 43. Al ser la denominación idéntica a mi registro vigente N° 525706, la oposición carece de fundamento, pues no se puede alegar confusión frente a un derecho que ya ha sido consolidado y aceptado por esta Superintendencia previamente. (...)

(...) La oposición parte de una premisa incorrecta: que cualquier marca que contenga el término “London” genera riesgo de confusión. Ese enfoque contradice la jurisprudencia reiterada del Tribunal Andino y de la SIC sobre signos evocativos o de uso común, especialmente cuando hacen referencia a onomásticos geográficos.

El elemento “London” no es distintivo en clase 43 o confundible “London” es un topónimo de dominio público que evoca una ciudad conocida globalmente. La SIC ha sostenido en múltiples decisiones que los nombres geográficos carecen de suficiente fuerza distintiva por sí solos y no pueden considerarse determinantes del análisis de confundibilidad. La palabra LONDON no es apropiable, conforme al artículo 135, literal e) “No podrán registrarse como marcas los signos que estén... constituidos exclusivamente por un signo o indicación que pueda servir en el comercio para designar o describir la procedencia geográfica de los productos o servicios...” (...)

(...) La palabra “London” constituye una denominación geográfica de uso común, conforme al artículo 135 literal e) de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, por lo que no puede ser objeto de apropiación exclusiva por parte de ningún titular.

Tanto London House como London Calling incorporan ese término genérico, de modo que la distintividad de cada signo recae en los elementos adicionales “House” y “Calling”, respectivamente, los cuales evocan conceptos distintos y eliminan el riesgo de confusión directa o indirecta.

En este sentido, solicito que en el examen de fondo se considere la coexistencia pacífica y legítima de los signos que comparten el término “London” en el comercio de servicios clase 43, conforme al criterio reiterado de la Superintendencia en decisiones como las Resoluciones No. 25893 de 2017 y No. 44406 de 2019. (...)

(...) London Calling es un título culturalmente reconocido, asociado históricamente a una obra musical.

London House significa “casa londinense”, lo que sugiere un ambiente o estilo arquitectónico o temático, no una llamada o mensaje como en “Calling”. (...)

(...) LONDON CALLING utiliza tipografía y esquema visual completamente diferente, diseño lineal, ausencia de iconografía, predominio del texto; LONDON HOUSE, incluye escudo, dragón y colores rojo y blanco.

La actualización del logo incorpora elementos heráldicos específicos (un dragón y un escudo) y una paleta de colores definida (rojo y blanco) que no existen en la marca

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

LONDON CALLING. Estos elementos figurativos son tan predominantes que cualquier mínima semejanza gramatical por el uso del término común “London” queda totalmente disipada por la impresión visual del conjunto. (...)

(...) Ambas marcas están en la clase 43, lo cual implica coincidencia de servicios (restaurante, bar, cafetería). Sin embargo, conforme al Instructivo y al Manual Andino de Marcas (2023), la coincidencia de clase no basta para negar el registro si los signos presentan distintividad suficiente en su conjunto denominativo o gráfico.

La marca LONDON HOUSE ya estaba registrada previamente en la clase 43, ha sido utilizada de manera pública, continua y real, no existe evidencia alguna de confusión con “LONDON CALLING”. Esto refuerza la falta de riesgo real en el mercado. Aunque existe coincidencia de clase, los signos pueden coexistir pacíficamente en el mercado.

Por lo expuesto, solicito a la Dirección de Signos Distintivos desestimar la oposición interpuesta, toda vez que se trata de la actualización marcaria de un signo previamente registrado y vigente, que ha demostrado una coexistencia pacífica con el signo opositor. En consecuencia, pido se proceda con la concesión del registro de la marca LONDON HOUSE (mixta), en aras de proteger el derecho de propiedad industrial ya adquirido y la transparencia en el mercado. (...)”

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causal 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

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

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

Procedencia del signo solicitado como marca derivada de un registro previo

Cabe resaltar que, una vez visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, esta Dirección pudo constatar que existen registros previos similares al signo solicitado, en favor de la petitionaria **MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA**, lo que indica la existencia de derechos adquiridos en su favor. A continuación, el antecedente referido:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Trámite	Estado	Cobertura
Mixta	 LONDON HOUSE	MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA	15125057	Marca	Registrada	43: Bar, pub, preparación de comidas, bebidas para consumir en sitio y llevar. servicios de café, preparación de bebidas alcohólicas, restaurante.

Los derechos adquiridos se han definido como derechos que han entrado al patrimonio de una persona natural o jurídica, que hacen parte de él y que por lo mismo no pueden ser arrebatados o vulnerados por quien los creó o reconoció legítimamente. Los derechos adquiridos en su concepción amplia son equivalentes a situaciones subjetivas, individuales o concretas que han sido creadas o consolidadas bajo la ley, así mismo la ley

•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.

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° SD2025/0087085

ha amparado los derechos adquiridos mediante actos administrativos.⁴

Es importante aclarar que los derechos conferidos por una marca confieren a su propietario el uso exclusivo de ella y la facultad de impedir que otras personas utilicen o registren marcas idénticas o similares que puedan inducir al público a error, son derechos que sólo nacen de las marcas ya registradas y cuyo título legitima a la persona para que pueda ejercer los derechos incorporados en tal título.

En tal sentido, debe señalarse, el signo **LONDON HOUSE** fundamentado en un antecedente previo de titularidad de la señora **MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA** no puede reivindicar productos o servicios distintos a los amparados por los registros previos, ni ampliar a productos o servicios diferentes, ya que se les considera como una manifestación del derecho conferido previamente.

Para registrar un signo como marca derivada deben cumplirse siguientes presupuestos:

- 1) Su distintivo principal es el mismo.
- 2) Únicamente varían sus elementos complementarios.
- 3) El signo pretendido reivindica los mismos productos y/o servicios o estos se encuentran contenidos dentro de la cobertura de la marca previamente registrada.

De conformidad con lo anterior, esta Dirección observa que el signo solicitado a registro es derivado de la marca previamente registrada y, en consecuencia, se dan los presupuestos adoptados por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina para aceptar al signo solicitado bajo la figura de la marca derivada.

En lo que respecta al análisis de la cobertura de los signos en conflicto, esta Dirección observa que existe una identidad y una relación de género a especie entre los servicios amparados por la marca previamente registrada y aquellos que se pretenden proteger mediante el trámite de la referencia. Al proceder con el cotejo de los listados pertenecientes a la Clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza, se advierte que los servicios del signo solicitado (relacionados con la reserva de mesas, servicios de restaurante con entrega a domicilio, autoservicio y catering, entre otros) se encuentran contenidos en las categorías generales de la marca registrada, específicamente en los rubros de 'restaurante' y 'preparación de comidas y bebidas'.

En este sentido, la especificidad con la que se describen los servicios en la solicitud los relaciona directamente frente a la marca base, toda vez que las actividades detalladas por el solicitante constituyen manifestaciones particulares de los servicios generales ya protegidos. Por consiguiente, se configura una coincidencia plena en el mercado y en la finalidad de los servicios, lo que deriva en una vinculación directa entre las coberturas.

Referido lo anterior, es claro que la marca solicitada se constituye en un registro derivado del signo previamente registrado por la sociedad solicitante dado que no posee una variación sustancial en cuanto a la cobertura de servicios que identifica y además su distintivo principal es el mismo, variando únicamente en su composición gráfica, presentándose como una versión moderna de la marca registrada. En ese orden ideas, este signo será tenido en cuenta, únicamente en lo que respecta a dicho argumento puntual, como un fundamento válido en el presente trámite de registrabilidad.

⁴ Sentencia del Consejo de Estado del 26 de agosto de 1983 y 3 de febrero de 1984.

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

Coexistencia pacífica de los signos

La coexistencia pacífica de signos refiere a la realidad del mercado en la que dos signos idénticos o similares, que identifican productos o servicios también idénticos o similares, han estado presentes en el mercado por un periodo considerable y efectivo de tiempo, sin que hubiere problemas de confusión entre ellos. Tal coexistencia pacífica entre los signos podría llegar a permitir la coexistencia en el registro marcario de estos mismos signos.

“Sobre el particular, el Tribunal ha manifestado que la coexistencia de hecho de marcas no es un factor determinante que permita el registro de signos idénticos o semejantes; sin embargo, el hecho de que dos signos vengán coexistiendo en el mercado por un periodo prolongado en el tiempo, contribuye a considerar la posibilidad de registrabilidad de uno de ellos.

Debe tenerse presente que las oficinas nacionales competentes, para analizar la registrabilidad de un signo, realizan un análisis prospectivo en el sentido de evaluar si los consumidores pudieran incurrir en confusión entre el signo solicitado y una marca inscrita en el registro. Este análisis prospectivo (mirar el futuro) busca dilucidar si habrá o no confusión para los consumidores.

La coexistencia pacífica de los signos por varios años, si bien no es concluyente por sí misma para establecer la inexistencia de riesgo de confusión o asociación en el público consumidor, podría tomarse como indicio desde un análisis retrospectivo (mirar el pasado).

En ese sentido, la coexistencia pacífica de los signos es un elemento que debe ser valorado junto con otro, para generar la total convicción de que el público consumidor no incurrirá en error al adquirir los bienes y/o servicios amparados por los signos. Esto implica que quien alegue la coexistencia podrá aportar otros elementos como análisis estadísticos de diferenciación en el público consumidor y en las personas que participan en los canales de distribución, o pruebas que demuestren que se han compartido escenarios de publicidad efectiva (revistas especializadas, eventos deportivos y musicales, entre otros), sin que hubiera riesgo de confusión.”.⁵

En diferentes oportunidades el Tribunal Andino ha reiterado que para permitir la coexistencia en el análisis de registrabilidad deben cumplirse los siguientes requisitos:

- a) Debe tratarse de una coexistencia pacífica, es decir que no deben existir reclamos entre partes o estarse cursando algún trámite administrativo o proceso judicial donde se advierta riesgo de confusión y/o asociación.
- b) La coexistencia debe ser en el mismo mercado físico o virtual; es decir, los signos deben compartir el mismo espacio geográfico o virtual de intercambio de bienes y servicios, ya que de no ser así no podría hablarse de coexistencia pacífica.
- c) Debe darse por un periodo razonable de tiempo para incidir al consumidor.
- d) La coexistencia no puede presentarse para perpetrar, facilitar o consolidar actos de competencia desleal.
- e) La coexistencia debe estar complementada con otros elementos que generen total convicción de la inexistencia de riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial 32-IP-2021.

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

En este sentido, la ausencia de alegaciones y/o pruebas por parte de la sociedad opositora respecto a la materialización -o no- de los supuestos contemplados en los literales previamente citados, lleva a esta Dirección a inferir su cumplimiento en el caso *sub examine*. Visto el Sistema de Propiedad Industrial, se observa que el signo opositor fue registrado el 30 de marzo de **2006** y el signo previamente registrado por la hoy solicitante el 29 de septiembre de **2015**. En efecto, la coexistencia pacífica de los signos en conflicto dentro del mercado relevante por un lapso superior a diez (10) años, sin que se haya acreditado incidente alguno de confusión, debilita significativamente el alegado riesgo.

Si bien el objeto a decidir se centra en la verificación de los requisitos para la configuración de la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, la omisión de aportar información concreta sobre actos de confusión suscitados durante este extenso periodo resulta un argumento adverso a la tesis del riesgo de confusión esgrimido por la accionante.

Análisis de la causal de irregistrabilidad del Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina

Confundibilidad con marcas previamente registradas

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	LC LONDON CALLING	FERAL PUB SAS	04117135	8	43	Marca	Registrada	30 de marzo de 2036

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	El signo opositor
 LONDON HOUSE	 LC LONDON CALLING

El signo solicitado para registro integra la figura de un dragón con postura elevada y la expresión "London House" en fuente serif, frente al signo opositor que emplea una estructura rectangular oscura con la denominación "LONDON CALLING" en tipografía decorativa. Ambos signos son de naturaleza mixta y disposición horizontal, distinguiéndose por sus componentes geométricos respectivos.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto se estableció que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual y el acompañamiento o no de un gráfico (...)”⁶.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera reiteró: *“La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto”. (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) “C.A.S.A”, publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).*

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente análisis es de señalar que en el signo solicitado y en la marca mixta opositora predomina el elemento nominativo, por lo que deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema.

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en

⁶ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

ambos signos.”⁷

Análisis comparativo

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, se trata de un signo de naturaleza mixta, conformado por la expresión LONDON HOUSE y un elemento gráfico consistente en un dragón de color rojo con postura elevada. Por su parte, la marca opositora LC LONDON CALLING es igualmente de naturaleza mixta, integrada por dicha denominación y una estructura gráfica rectangular con tipografía estilizada.

Según las reglas definidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, las expresiones de uso común o descriptivas carecen de distintividad y deben ser excluidas del cotejo. En el presente caso, se observa que la expresión LONDON contenida en ambos signos es una referencia geográfica directa a la capital del Reino Unido⁸, lo que la convierte en una partícula débil e inapropiable *per se* y que, además, cuenta con múltiples registros en el mercado objetivo al que se dirigen los signos⁹.

Al realizar el cotejo, se identifica que las expresiones HOUSE y CALLING cumplen la función diferenciadora primordial. Mientras que la primera es una palabra breve, de estructura sencilla y con una sonoridad seca al final, la segunda es notablemente más extensa, posee un ritmo fonético distinto y está precedida por la sigla LC, lo que altera sustancialmente la secuencia de pronunciación y la percepción visual del conjunto.

En cuanto al aspecto ideológico, si bien ambos signos comparten el referente geográfico, el consumidor promedio no se detendrá en la palabra LONDON para distinguir el origen empresarial, sino en el concepto que la acompaña. A juicio de esta Dirección, existe una distancia conceptual evidente entre la idea de una "Casa" (HOUSE) y la de un "Llamado" (CALLING), lo que permite que ambos signos coexistan en el mercado sin que se genere un riesgo de asociación errónea. Fonéticamente, la acentuación de las palabras de cierre y la presencia del prefijo LC en la opositora rompen cualquier identidad auditiva.

Aunado a lo anterior, no puede perderse de vista un hecho de suma relevancia: la solicitante ya es titular de un registro previo que guarda una relación de marca derivada con el signo solicitado en el presente trámite. Esta situación, sumada a que la marca

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁸ <https://www.visitlondon.com/es>

⁹

Número de caso	Caso	Vigencia	Estado	Titular	Cl. Niza
13254332	<u>London</u> brew	23 dic. 2034	Registrada	LONDON INVERSIONES SAS	30
SD2017/0056404	THE <u>LONDON</u> N° 1 N° 1 ORIGINAL BLUE GIN	01 dic. 2028	Registrada	GONZALEZ BYASS, S.A.	33
SD2018/0051637	LITTLE <u>LONDON</u> INCREDIBLY DELICIOUS	12 oct. 2029	Registrada	JUAN PABLO TRILLOS CALDERÓN	29, 35, 43
SD2019/0041571	ARROZ <u>LONDRES</u>	09 ene. 2030	Registrada	MOLINOS & GRANOS SAN JOSE S.A.S.	30
SD2022/0065205	<u>LONDRES</u> COCINA & BAR	16 may. 2033	Registrada	MARIA CLARA ESCUDERO RESTREPO	43
SD2023/0056650	ROKA <u>LONDON</u>	04 ago. 2035	Registrada	ROBATA RESTAURANTS LIMITED	33, 43
04117135	LC <u>LONDON</u> CALLING	30 mar. 2036	Registrada	CATALINA MARULANDA GARCES	43
15125057	<u>LONDON</u> HOUSE	29 sept. 2035	Registrada	MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA	43



Ref. Expediente N° SD2025/0087085

registrada de la solicitante y la marca de la opositora han coexistido pacíficamente en el mercado colombiano por más de una década, desvirtúa por completo la premisa del riesgo de confusión. La realidad del mercado demuestra que, en diez años, el consumidor ha aprendido a distinguir ambos orígenes empresariales, por lo que pretender que hoy existe un riesgo de confusión o asociación resulta en un argumento sin sustento real.

En el presente caso se puede concluir que no existe riesgo de confusión ni de asociación entre los signos en conflicto. Las diferencias gráficas entre el escudo del signo solicitado y el bloque rectangular de la opositora, sumadas a la disparidad conceptual de sus elementos denominativos y la probada coexistencia, garantizan que el público no incurrirá en confusión o asociación sobre el origen de los servicios prestados bajo estas marcas.

Teniendo en cuenta, que no existe similitud o identidad entre los signos confrontados capaz de generar riesgo de confusión o asociación, no viene al caso pronunciarnos sobre la relación entre los servicios identificados por los mismos, en la medida en que el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que el signo sea registrable.

Conclusión

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

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por la sociedad **FERAL PUB SAS**.

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **LONDON HOUSE** (Mixta).



Reivindicación de colores:

ROJO
BEIGE

Para distinguir servicios comprendidos en la Clase:

43: Prestación de servicios de restaurante; reserva de mesas de restaurante; reserva de plazas de restaurante; reserva en línea de mesas de restaurantes; reserva en restaurantes; reservas de restaurantes y de comidas; restaurantes con servicio de reparto

Resolución N° 31574

Ref. Expediente N° SD2025/0087085

a domicilio; restaurantes de autoservicio; restaurantes de parrillas; servicio de comidas y bebidas en restaurantes y bares; servicio de comidas y bebidas para clientes de restaurantes; servicios de bar y restaurante; servicios de cafés-restaurantes y bares de comidas rápidas [snack-bars]; servicios de cervecerías [servicios de restaurantes]; servicios de comidas y bebidas prestados en restaurantes; servicios de hoteles, bares y restaurantes; servicios de restaurante de comida para llevar; servicios de restaurante de comida rápida; servicios de restaurante y bar; servicios de restaurantes, bares y catering; servicios de restaurantes, bares y coctelerías; servicios de restaurantes de comida para llevar; servicios de restaurantes de comidas rápidas.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA
CRA 6 A # 46- 51
IBAGUE TOLIMA
COLOMBIA

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

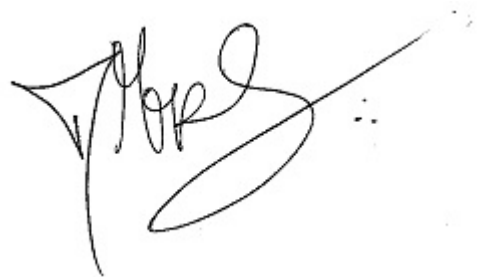
ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la señora **MAYRA ALEJANDRA SALINAS HERRADA**, solicitante del registro y a la sociedad **FERAL PUB SAS** opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma y advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 29 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS