

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 35517

Ref. Expediente N° SD2025/0111798

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 27 de octubre de 2025, la sociedad PEÑALOZA DONADO SAS, solicitó el registro de la Marca Peñaloza Donado SAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 36, 37 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, 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.”

¹ **36:** Administración de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; alquiler de bienes inmuebles y propiedades; alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles y propiedades; servicios de administración de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios residenciales; servicios de agencias inmobiliarias relacionados a la venta, la compra y alquiler de bienes inmuebles; servicios gestión de bienes inmuebles; servicios inmobiliarios relacionados con la venta, compra y alquiler de bienes inmuebles; agentes inmobiliarios; asesoramiento inmobiliario; asuntos inmobiliarios; gestión de edificios [servicios inmobiliarios]; negocios inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmobiliarios; servicios de gestión de activos inmobiliarios.

37: Construcción de bienes inmuebles; construcción de inmuebles comerciales; renovación y mantenimiento de centros comerciales, complejos industriales, locales de oficinas, edificios residenciales y otros complejos inmobiliarios; supervisión de obras de construcción de centros comerciales, complejos industriales, locales de oficinas, edificios residenciales y otros complejos inmobiliarios; supervisión de obras de construcción de proyectos inmobiliarios; asesoramiento en construcción; asesoramiento en materia de construcción de edificios; construcción comercial; construcción de casas; construcción de edificios; construcción de edificios comerciales; construcción de edificios comerciales y residenciales; construcción de edificios de apartamentos; construcción de edificios residenciales; construcción de locales de oficinas; construcción de oficinas; construcción, mantenimiento y renovación de edificios; construcción, mantenimiento y renovación de inmuebles; construcción, reparación y mantenimiento de edificios; construcción residencial; construcción y mantenimiento de edificios; construcción y reparación de viviendas.

42: Consultoría en arquitectura; consultoría en arquitectura y elaboración de planos de construcción; consultoría profesional en materia de arquitectura; diseño de arquitectura; elaboración de planos de arquitectura; gestión de proyectos de arquitectura; servicios de arquitectura; servicios de arquitectura y de ingeniería; servicios de consultas en relación con el diseño de arquitectura; servicios de consultoría en arquitectura.

Ref. Expediente N° SD2025/0111798

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

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

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

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

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

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

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (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° SD2025/0111798

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	PEÑALOSA	M.A. PEÑALOSA CIA S.A.S.	12027851	9	35	Marca	Registrada	28/06/2032
Mixta	PEÑALOSA	M.A. PEÑALOSA CIA S.A.S.	12027850	9	19	Marca	Registrada	28/06/2032
Mixta	PEÑALOSA	M.A. PEÑALOSA CIA S.A.S.	12027848	9	37	Marca	Registrada	28/06/2032

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

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

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

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados resultan confundibles, en la medida en que el elemento nominativo constituye el componente de mayor relevancia dentro de los signos bajo estudio. En efecto, al apreciarlos en conjunto y de manera sucesiva, se observa que el signo solicitado PEÑALOZA DONADO SAS y las marcas registradas PEÑALOSA presentan semejanzas ortográficas y fonéticas relevantes, dado que el signo solicitado reproduce la partícula distintiva de los signos antecedentes, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para neutralizar el riesgo de confusión.



Ref. Expediente N° SD2025/0111798

En el plano ortográfico, las denominaciones coinciden en su estructura esencial, diferenciándose únicamente en la sustitución de la consonante “z” por la “s”, variación que no altera de manera sustancial la percepción global del signo, máxime cuando se mantiene la misma secuencia de letras, longitud y configuración visual predominante. Desde el punto de vista **fonético**, dicha variación resulta prácticamente imperceptible para el consumidor medio, en tanto la pronunciación de “PEÑALOZA” y “PEÑALOSA” es altamente similar, generando una impresión sonora equivalente o fácilmente asociable.

Adicionalmente, desde el análisis del elemento dominante, se advierte que la expresión “PEÑALOZA” constituye el núcleo distintivo del signo solicitado, mientras que los términos “DONADO SAS” presentan un carácter accesorio, al corresponder a un apellido adicional y a una sigla que identifica el tipo societario, elementos que el consumidor tiende a omitir o a considerar secundarios al momento de identificar el origen empresarial de los productos o servicios.

En consecuencia, la coincidencia en el elemento nominativo dominante, aunada a las semejanzas ortográficas, fonéticas e ideológicas identificadas, impide una diferenciación clara y suficiente entre los signos confrontados, siendo altamente probable que el consumidor medio incurra en error sobre el origen empresarial de los productos o servicios o, al menos, asuma que existe una relación económica entre sus titulares, configurándose así un riesgo de confusión directa o de asociación en el mercado.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/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 36: Administración de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; alquiler de bienes inmuebles y propiedades; alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles y propiedades; servicios de administración de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios residenciales; servicios de agencias inmobiliarias relacionados a la venta, la compra y alquiler de bienes inmuebles; servicios gestión de bienes inmuebles; servicios inmobiliarios relacionados con la venta, compra y alquiler de bienes inmuebles; agentes inmobiliarios; asesoramiento inmobiliario; asuntos inmobiliarios; gestión de edificios [servicios inmobiliarios]; negocios inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmobiliarios; servicios de gestión de activos inmobiliarios.

Clase 37: Construcción de bienes inmuebles; construcción de inmuebles comerciales; renovación y mantenimiento de centros comerciales, complejos industriales, locales de oficinas, edificios residenciales y otros complejos inmobiliarios; supervisión de obras de construcción de centros comerciales, complejos industriales, locales de oficinas, edificios residenciales y otros complejos inmobiliarios; supervisión de obras de construcción de

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0111798

proyectos inmobiliarios; asesoramiento en construcción; asesoramiento en materia de construcción de edificios; construcción comercial; construcción de casas; construcción de edificios; construcción de edificios comerciales; construcción de edificios comerciales y residenciales; construcción de edificios de apartamentos; construcción de edificios residenciales; construcción de locales de oficinas; construcción de oficinas; construcción, mantenimiento y renovación de edificios; construcción, mantenimiento y renovación de inmuebles; construcción, reparación y mantenimiento de edificios; construcción residencial; construcción y mantenimiento de edificios; construcción y reparación de viviendas.

Clase 42: Consultoría en arquitectura; consultoría en arquitectura y elaboración de planos de construcción; consultoría profesional en materia de arquitectura; diseño de arquitectura; elaboración de planos de arquitectura; gestión de proyectos de arquitectura; servicios de arquitectura; servicios de arquitectura y de ingeniería; servicios de consultas en relación con el diseño de arquitectura; servicios de consultoría en arquitectura.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente 12027851 Clase 35: publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Expediente 12027850 Clase 19: materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos.

Expediente 12027848 Clase 37: construcción; reparación; servicios de instalación.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 37 internacional de las marcas confrontadas (Identidad y razonabilidad)

Verificada la cobertura de los signos confrontados, se advierte que entre los servicios del signo solicitado en la clase 37, consistentes en construcción de bienes inmuebles en sus distintas modalidades (comercial, residencial, oficinas, apartamentos), así como actividades de mantenimiento, renovación, supervisión de obras y asesoramiento en materia constructiva, y los servicios amparados por la marca registrada, identificados como construcción; reparación; servicios de instalación, se configura una conexión competitiva por identidad y razonabilidad.

En efecto, existe una identidad en relación género–especie, en la medida en que el enunciado general de la marca registrada comprende, sin restricción, todas las actividades propias del sector de la construcción, incluyendo la ejecución de obras, su reparación y las labores de instalación asociadas. Dentro de este género se subsumen directamente los servicios específicos reivindicados por el signo solicitado, los cuales constituyen manifestaciones concretas y especializadas del mismo servicio general, tales como la construcción de distintos tipos de edificaciones, su mantenimiento, renovación, supervisión técnica y asesoramiento, actividades contenidas en los servicios de construcción.

Adicionalmente, desde el criterio de razonabilidad, el consumidor medio percibe estos servicios como pertenecientes a un mismo sector económico, el de la construcción e infraestructura y, en la práctica del mercado, es habitual que un mismo operador ofrezca de manera integrada servicios de construcción, reparación, instalación, mantenimiento y consultoría técnica bajo una misma marca. Esta integración funcional y comercial refuerza la expectativa de un origen empresarial común.

Ref. Expediente N° SD2025/0111798

Asimismo, los servicios confrontados coinciden plenamente en su naturaleza (servicios técnicos de construcción y obra), finalidad (desarrollo, adecuación y conservación de edificaciones), canales de prestación (contratación directa, licitaciones, servicios especializados) y público objetivo (particulares, empresas y desarrolladores inmobiliarios)

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 36 y servicios de la clase 35 internacional de las marcas confrontadas (Razonabilidad)

Verificada la cobertura de los servicios confrontados, se advierte que entre los servicios del signo solicitado en la clase 36, consistentes en administración, gestión, arrendamiento, intermediación y asesoramiento en materia de bienes inmuebles, y los servicios de la clase 35 de la marca registrada, relativos a gestión de negocios comerciales, administración comercial y trabajos de oficina, se configura una conexión competitiva por razonabilidad, a pesar de su ubicación en clases distintas.

Lo anterior, por cuanto, atendiendo a la realidad del mercado, el consumidor medio podría considerar razonable que dichos servicios provienen de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, en la medida en que ambos se inscriben dentro del sector de servicios empresariales y de gestión, compartiendo una finalidad común orientada a la administración eficiente de activos y actividades económicas. En efecto, los servicios inmobiliarios no solo implican la gestión de bienes, sino también la administración de operaciones comerciales asociadas a su explotación económica, tales como arrendamientos, manejo de ingresos, relación con clientes y optimización de activos.

En este contexto, los servicios de la clase 35, relativos a la gestión de negocios y administración comercial, guardan una afinidad funcional y estructural con los servicios inmobiliarios de la clase 36, en tanto constituyen herramientas transversales que pueden integrarse dentro de una misma oferta empresarial. Es habitual en el mercado que sociedades dedicadas al negocio inmobiliario ofrezcan de manera conjunta servicios de administración comercial, gestión de operaciones, apoyo administrativo y estructuración de negocios, particularmente en el ámbito de centros comerciales, complejos empresariales o portafolios de inversión inmobiliaria.

En consecuencia, desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable asumir que los servicios confrontados provienen del mismo empresario o de empresas económicamente vinculadas, configurándose una conexión competitiva por razonabilidad, susceptible de generar riesgo de confusión o de asociación empresarial en el mercado en caso de coexistencia de signos semejantes.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos 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.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 42 y los productos y servicios de las clases 19 y 37 internacional de las marcas confrontadas (Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que, aunque estamos ante productos y servicios que no se ubican en la misma clase del nomenclador internacional, existe la posibilidad de que los servicios del signo solicitado *“consultoría en arquitectura; consultoría en arquitectura y elaboración de planos de construcción; consultoría profesional en materia de arquitectura; diseño de arquitectura; elaboración de*

Ref. Expediente N° SD2025/0111798

planos; gestión de proyectos de arquitectura; servicios de arquitectura y de ingeniería, entre otros” sean ofrecidos por el mismo empresario que se dedica a productos de la clase 19 “*materiales de construcción no metálicos; tubos rígidos no metálicos para la construcción; asfalto, pez y betún; construcciones transportables no metálicas; monumentos no metálicos* y a servicios de la clase 37 —“*construcción, reparación y servicios de instalación*”, configurándose así una conexión competitiva por razonabilidad.

Lo anterior, por cuanto, atendiendo a la realidad del mercado, los servicios de arquitectura constituyen una fase esencial dentro del ciclo integral del sector de la construcción, en el que convergen el diseño, la planificación, la provisión de materiales y la ejecución de obras. En efecto, la actividad arquitectónica no se presenta de manera aislada, sino que se articula de forma directa con la utilización de materiales de construcción y con la ejecución de proyectos constructivos, generando una relación funcional estrecha entre los servicios de la clase 42 y los productos y servicios de las clases 19 y 37.

En este sentido, resulta habitual que un mismo operador económico o un grupo empresarial participe en distintas etapas del proceso constructivo, ofreciendo de manera integrada servicios de diseño arquitectónico, ingeniería, suministro de materiales y ejecución de obras, bajo una misma marca o línea empresarial. Esta integración responde a dinámicas de mercado orientadas a la prestación de soluciones completas en el ámbito inmobiliario y de infraestructura.

Adicionalmente, los productos y servicios confrontados comparten una misma finalidad económica, cual es la materialización de proyectos constructivos, así como canales de comercialización y público objetivo coincidentes, tales como desarrolladores inmobiliarios, empresas constructoras, inversionistas y clientes institucionales o particulares que demandan servicios integrales para la edificación o adecuación de inmuebles.

En consecuencia, desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable asumir que los servicios de arquitectura y los productos y servicios vinculados a la construcción provienen del mismo empresario o de empresas económicamente vinculadas, configurándose una conexión competitiva por razonabilidad, susceptible de generar riesgo de confusión o de asociación empresarial en el mercado en caso de coexistencia de signos semejantes.

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 Peñaloza Donado SAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la sociedad PEÑALOZA DONADO SAS, por las razones expuestas en la

⁵ 36: Administración de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; alquiler de bienes inmuebles y propiedades; alquiler de oficinas [bienes inmuebles]; alquiler de propiedades y bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles; gestión de bienes inmuebles y propiedades; servicios de administración de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con centros comerciales; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con edificios residenciales; servicios de agencias inmobiliarias relacionados a la venta, la compra y alquiler de bienes inmuebles; servicios gestión de bienes inmuebles; servicios inmobiliarios relacionados con la venta, compra y alquiler de bienes inmuebles; agentes inmobiliarios; asesoramiento inmobiliario; asuntos inmobiliarios; gestión de edificios [servicios inmobiliarios]; negocios inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmobiliarios; servicios de gestión de activos inmobiliarios.

Ref. Expediente N° SD2025/0111798

parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Peñaloza Donado SAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 37 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por la sociedad PEÑALOZA DONADO SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca Peñaloza Donado SAS (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por la sociedad PEÑALOZA DONADO SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a PEÑALOZA DONADO SAS, 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 QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 14 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ **37:** Construcción de bienes inmuebles; construcción de inmuebles comerciales; renovación y mantenimiento de centros comerciales, complejos industriales, locales de oficinas, edificios residenciales y otros complejos inmobiliarios; supervisión de obras de construcción de centros comerciales, complejos industriales, locales de oficinas, edificios residenciales y otros complejos inmobiliarios; supervisión de obras de construcción de proyectos inmobiliarios; asesoramiento en construcción; asesoramiento en materia de construcción de edificios; construcción comercial; construcción de casas; construcción de edificios; construcción de edificios comerciales; construcción de edificios comerciales y residenciales; construcción de edificios de apartamentos; construcción de edificios residenciales; construcción de locales de oficinas; construcción de oficinas; construcción, mantenimiento y renovación de edificios; construcción, mantenimiento y renovación de inmuebles; construcción, reparación y mantenimiento de edificios; construcción residencial; construcción y mantenimiento de edificios; construcción y reparación de viviendas.

⁷ **42:** Consultoría en arquitectura; consultoría en arquitectura y elaboración de planos de construcción; consultoría profesional en materia de arquitectura; diseño de arquitectura; elaboración de planos de arquitectura; gestión de proyectos de arquitectura; servicios de arquitectura; servicios de arquitectura y de ingeniería; servicios de consultas en relación con el diseño de arquitectura; servicios de consultoría en arquitectura.