

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 37632

Ref. Expediente N° SD2025/0086245

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 agosto de 2025, DOLARAPP INC., solicitó el registro de la Marca ARQ (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1078, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que revisados los documentos que obran en el expediente y en el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se constató que en la solicitud de registro se reivindicó la Prioridad N.º 99348544, de fecha 20/08/2025, correspondiente a los ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA.

Si bien dicha reivindicación cumple formalmente con los requisitos legales exigidos, tales como la presentación de la solicitud dentro del término de seis (6) meses contados desde la fecha de radicación en el país de origen, el pago de la tasa correspondiente y la presentación oportuna de los documentos acreditativos dentro del término legal, esta Dirección no tendrá en cuenta el referido derecho de prioridad en el presente análisis de registrabilidad, en razón a la existencia de registros previamente concedidos en el territorio nacional que podrían verse afectados por la solicitud objeto de examen.

CUARTO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

¹ **36:** Servicios de cambio de divisas; operaciones de cambio de monedas digitales; operaciones de cambio de criptomonedas mediante intercambio directo de una criptomoneda por otra; servicios bancarios de cajeros automáticos; emisión de tarjetas de débito; servicios de cuenta de débito con una tarjeta física legible por ordenador; servicios de cuenta de débito con una tarjeta virtual legible por ordenador; servicios de corretaje en materia de inversiones financieras; servicios de cuenta de débito con credenciales de pago virtuales tokenizadas; transferencia electrónica de fondos; servicios de procesamiento de pagos, incluyendo tarjeta de crédito, tarjeta de débito, y transacciones ACH; servicios de banca móvil; servicios bancarios en línea; servicios de transferencia de dinero.

Ref. Expediente N° SD2025/0086245

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.

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 marca previamente registrada

Visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

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° SD2025/0086245

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	ARQ&PROM	ANGULAR SAS	SD2022/0120766	11	36	Marca	Registrada	23/08/2033
Mixta	ARQ CONSTRUCTORA	ARQ PROJECT S.A.S	SD2020/0058485	11	36	Marca	Registrada	21/01/2031

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	ARQ&PROM (Nominativa) 

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que, si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

Así mismo 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



Ref. Expediente N° SD2025/0086245

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados resultan similarmente confundibles. En efecto, al analizar en conjunto las denominaciones **“ARQ”** (signo solicitado) y **“ARQ&PROM / ARQ CONSTRUCTORA”** (marcas registradas), se advierte la existencia de similitudes relevantes desde los puntos de vista ortográfico y fonético.

Desde el punto de vista ortográfico, el signo solicitado reproduce de manera parcial las marcas registradas, en tanto incorpora íntegramente la expresión **“ARQ”**, la cual constituye el elemento principal, predominante y de mayor fuerza distintiva dentro de las marcas registradas. Si bien estas últimas incorporan adicionalmente las expresiones **“&PROM”** y **“CONSTRUCTORA”**, tales elementos no resultan suficientes para desvirtuar la semejanza visual existente entre los signos confrontados, toda vez que el consumidor medio tiende a centrar su atención en los componentes distintivos y de mayor recordación del conjunto marcario.

Desde el punto de vista fonético, los signos comprados presentan una sonoridad semejante derivada de la coincidencia en la pronunciación de la expresión **“ARQ”**, la cual predomina auditivamente dentro de los conjuntos marcarios comparados y genera una impresión sonora cercana susceptible de inducir al consumidor a considerar que los servicios identificados provienen de un mismo origen empresarial.

En consecuencia, las similitudes advertidas resultan suficientes para generar un riesgo de confusión en el mercado respecto del origen empresarial de los servicios que identifican, en la medida en que el consumidor podría considerar que el signo solicitado constituye una versión simplificada o abreviada de las marcas registradas, cuando en realidad corresponde a titulares distintos.

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.

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° SD2025/0086245

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 36: Servicios de cambio de divisas; operaciones de cambio de monedas digitales; operaciones de cambio de criptomonedas mediante intercambio directo de una criptomoneda por otra; servicios bancarios de cajeros automáticos; emisión de tarjetas de débito; servicios de cuenta de débito con una tarjeta física legible por ordenador; servicios de cuenta de débito con una tarjeta virtual legible por ordenador; servicios de corretaje en materia de inversiones financieras; servicios de cuenta de débito con credenciales de pago virtuales tokenizadas; transferencia electrónica de fondos; servicios de procesamiento de pagos, incluyendo tarjeta de crédito, tarjeta de débito, y transacciones ACH; servicios de banca móvil; servicios bancarios en línea; servicios de transferencia de dinero.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2022/0120766 clase 36: Negocios inmobiliarios; servicios de negocios inmobiliarios; asuntos inmobiliarios; servicios de seguros inmobiliarios; administración de edificios; administración de edificios de viviendas; administración de bienes inmuebles.

Expediente SD2020/0058485 clase 36: Negocios inmobiliarios, inversiones inmobiliarias, asesoramiento inmobiliario, inversión de capital en el sector inmobiliario, servicios de consultoría inmobiliaria, suministro de información inmobiliaria, servicios inmobiliarios relacionados con la venta, compra y alquiler de bienes inmuebles, suministro de información en materia de bienes inmuebles.

Conexidad competitiva entre los servicios de la misma clase 36 Internacional

Esta Dirección advierte la existencia de conexión competitiva entre los servicios que pretende amparar el signo solicitado, tales como *“cambio de divisas; operaciones de cambio de monedas digitales; operaciones de cambio de criptomonedas mediante intercambio directo de una criptomoneda por otra; servicios bancarios de cajeros automáticos; emisión de tarjetas de débito; servicios de cuenta de débito con tarjeta física o virtual legible por ordenador; servicios de corretaje en materia de inversiones financieras; transferencia electrónica de fondos; servicios de procesamiento de pagos; servicios de banca móvil; servicios bancarios en línea; y servicios de transferencia de dinero”*, y aquellos amparados por las marcas registradas, que protegen, en términos generales, *“negocios inmobiliarios; inversiones inmobiliarias; servicios de negocios inmobiliarios; inversión de capital en el sector inmobiliario, entre otros”*.

Lo anterior obedece a que los servicios confrontados se encuentran vinculados al sector financiero y de inversión, en la medida en que los servicios bancarios, de pagos, corretaje, transferencias y manejo de activos digitales constituyen mecanismos comúnmente utilizados para la gestión, financiación y ejecución de inversiones inmobiliarias.

Adicionalmente, en la realidad del mercado es frecuente que entidades financieras, Fintech, plataformas digitales de inversión o grupos empresariales ofrezcan de manera integrada servicios financieros y de inversión inmobiliaria bajo una misma marca, compartiendo canales de comercialización, plataformas tecnológicas y público consumidor.

En consecuencia, el consumidor medio podría razonablemente considerar que los servicios en cuestión provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un

Ref. Expediente N° SD2025/0086245

riesgo de confusión en el mercado, máxime cuando dichos servicios se identifican y comercializan bajo signos similares.

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 ARQ (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por DOLARAPP INC., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a DOLARAPP INC., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 21 de mayo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **36:** Servicios de cambio de divisas; operaciones de cambio de monedas digitales; operaciones de cambio de criptomonedas mediante intercambio directo de una criptomoneda por otra; servicios bancarios de cajeros automáticos; emisión de tarjetas de débito; servicios de cuenta de débito con una tarjeta física legible por ordenador; servicios de cuenta de débito con una tarjeta virtual legible por ordenador; servicios de corretaje en materia de inversiones financieras; servicios de cuenta de débito con credenciales de pago virtuales tokenizadas; transferencia electrónica de fondos; servicios de procesamiento de pagos, incluyendo tarjeta de crédito, tarjeta de débito, y transacciones ACH; servicios de banca móvil; servicios bancarios en línea; servicios de transferencia de dinero.