

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 39295

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

Por la cual se decide un recurso de apelación

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

**CONSIDERANDO**

Que mediante Resolución N° 98531 de 26 de noviembre de 2025, la Dirección de Signos Distintivos negó el registro de la Marca **ROS** (Mixta), solicitada por Rosmery Medrano Romero, para distinguir los siguientes productos que hacen parte de la Clasificación Internacional de Niza:

**26:** Cintas y lazos en cuanto de adornos para el cabello; broches [accesorios para el cabello]; broches para el cabello; cintas elásticas para el cabello; cintas en cuanto de adornos para el cabello; cintas para el cabello; cintas y lazos de mercería o para el cabello; cintas y lazos en cuanto de mercería o adornos para el cabello; cintas y lazos en cuanto de mercería o para el cabello; coleteros para el cabello [accesorios]; elásticos para sujetar el cabello; ganchos para el cabello; gorros para decolorar el cabello; lazos en cuanto de adornos para el cabello; lazos para el cabello; vinchas para el cabello.

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

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

(...) “1. SURAMERICANA IMPORT EXPORT S.A.S. no tiene interés en impedir el registro de la marca solicitada. Límites razonables de la facultad oficiosa de la Superintendencia.

1.1 En primer lugar, es preciso considerar que SURAMERICANA IMPORT EXPORT S.A.S. no presentó oposición frente a la solicitud de registro de mi poderdante, debido a la ausencia de riesgo de confusión entre los signos.

1.2 A la luz de la diligencia propia de un buen hombre de negocios, SURAMERICANA IMPORT EXPORT S.A.S. no precisa de la ayuda oficiosa de entidades gubernamentales, ni de terceros, para proteger y defender sus marcas.

1.3 Así, es preciso que la entidad tenga presente que la actividad comercial de mi poderdante tiene vocación seria y real, genera empleo y competitividad en el mercado nacional.

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

1.4 Por lo anterior, no es viable que la propia Superintendencia imponga obstáculos a la industria local, con fundamento en análisis imaginarios y exagerados, en detrimento de los nuevos competidores y del consumidor mismo.

1.5 En efecto, ni en el más desprevenido de los consumidores se verá abocado a riesgo de confusión debido a las obvias diferencias existentes entre los signos, como se verá en el acápite siguiente.

1.6 La facultad oficiosa de la entidad no puede extenderse a la posibilidad de concluir la existencia de supuestos fácticos improbables, con el propósito único de fundar decisiones simplemente teóricas, que no tienen ningún efecto real de protección en el mercado. (...)

2. Los signos no son necesariamente idénticos. Regla de la Visión en Conjunto.

Es preciso que el Despacho considere que los signos en supuesto conflicto no son necesariamente idénticos y guardan diferencias importantes, especialmente a la luz de la teoría de la interdependencia, así:

2.1 Aunque los signos confrontados compartan algunas de sus letras, no es menos ciertos que ostentan combinaciones visuales disímiles que determinan un impacto propio y distinguible.

2.2 El signo solicitado se caracteriza por incluir, como elemento verbal, el seudónimo de su titular, ROS (abreviación de Rosmery), bajo un logo original que exhibe la figura de una niña en bicicleta en una combinación cromática impactante.

2.3 Por su parte, la marca citada como base de negación incluye en su elemento denominativo dos (2) vocablos, Roos Cosméticos, en el que resalta la presencia de una doble “oo” en su término inicial, como combinación inusual es idioma castellano, así como la presencia de la palabra francesa cosmétiques.

2.4 Entonces, todos los elementos nominales y gráficos descritos resaltan por su importancia dentro de la composición de los signos y no deben ser simplemente excluidos del análisis comparativo, como erróneamente consideró la decisión recurrida.

2.5 En efecto, los diversos elementos gramaticales y visuales que conforman la estructura nominal y gráfica de las marcas gozan de un alto impacto en el consumidor, gracias a la originalidad de la composición respectiva, su sonoridad, ideología y lo llamativo de cada una de estructuras. (...)

3. Los productos identificados por los signos confrontados no guardan relaciones de competitividad. Principio de Especialidad. Principio de Primacía de la Realidad.

(...) 3.4 Un análisis simplista, como el efectuado dentro de la decisión recurrida, determinaría que, al tratarse de productos relacionados con la apariencia personal, es necesario concluir que, entre todos los cosméticos de la clase 3 y todos los productos para el cabello de la clase 26, existen relaciones de conexidad competitiva.

3.5 Sin embargo, dicha estimación acelerada desconoce, no sólo el principio de especialidad, sino los criterios jurisprudencialmente desarrollados para adelantar el análisis de conexidad correspondiente.

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

3.6 Así, aunque la Dirección invoca el criterio de razonabilidad como indicador de conexidad entre los productos respectivos, no explica, de manera razonable, el motivo por el cual empresarios dedicados a la producción y comercialización de para el cuidado de la cara, cuerpo, cuero cabelludo, uñas y cabello, inevitablemente optarán por ingresar al mercado de productos de los accesorios para el cabello. (...)

4. Indebida interpretación y aplicación de la Teoría de la Interdependencia. Derecho de uso del propio nombre, apellido y seudónimo.

4.1 Sobre la denominada Teoría de la Interdependencia, el Tribunal Andino de Justicia ha indicado que (...) 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 productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados (STJCE, de 22 de junio de 1999 ... Caso Lloyd)” (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475) TJCA. 11-IP-2005.

4.2 En este caso, aplicando la teoría de la interdependencia antes indicada, tratándose de signos que presentan diferencias importantes y que, además, cubren productos que no guardan relaciones estrechas de conexidad, sino, como máximo, alguna relación lejana de complementariedad es perfectamente viable concluir la inexistencia de un riesgo de confusión entre estos.

4.3 Efectivamente, nos encontramos ante signos no idénticos que, además, cubren productos no equivalentes ni intercambiables, siendo perfectamente viable la coexistencia de las marcas sin riesgo de confusión alguno.

4.4 Lo anterior, contrario a la aplicación errónea de la teoría de la interdependencia que propuso la decisión recurrida, según la cual, cualquier lejana similitud entre los signos o distante conexión entre los productos cubiertos determina la existencia de riesgo de confusión entre las marcas, dentro de un ejercicio exagerado, paranoico e irreal.

4.5 En conclusión, el signo solicitado no presenta semejanzas susceptibles de acarrear riesgo de confusión frente a las marcas base de la negación inicial, siendo necesario revocar la decisión recurrida y conceder el registro de marca solicitado.

2.3 Además, en cuanto a la comparación de signos estructurados a partir de nombres propios, la Delegatura para la Propiedad Industrial, siguiendo los lineamientos establecidos en la Interpretación Prejudicial 218-IP-2020 del Tribunal Andino de Justicia, ha afirmado:

“(...) respecto de la usanza de nombres propios, apellidos y/o sus variaciones dentro de los conjuntos marcarios, es oportuno aclarar que el signo no puede ser medido a partir de la coincidencia de sus vocablos, por lo cual el análisis debe realizarse a la luz de los siguientes requisitos: i) ii) sea lo suficientemente distintivo; su uso en el mercado no genere confusión o riesgo de confusión en el público consumidor; iii) no afecte la identidad o prestigio de personas naturales ajenas al titular, salvo que se cuente con el consentimiento de esa persona o, si hubiese fallecido, el de quienes fueran declarados sus herederos;” Subraya fuera de texto. Resolución N° 14194 de 22 de marzo de 2022 (...).”

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

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

## 1. CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD EN ESTUDIO: CONFUNDIBILIDAD

### 1.1. Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

### 1.2. La norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea concedido se requiere que ésta no esté incurso en los siguientes supuestos de hecho que darían lugar a su negación:

- i) Que el signo solicitado sea idéntico o se asemeje a uno previamente solicitado o registrado por un tercero, de modo que no sea posible su diferenciación.
- ii) Que exista conexión competitiva entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada.

De igual forma, la norma exige que dicha identidad o semejanza entre los signos, así como la relación entre los productos y/o servicios identificados por ellos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los consumidores.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

#### 1.2.1. Identidad o semejanza de los signos

La semejanza de los signos puede derivarse de alguno o todos de los siguientes aspectos: conceptual, ortográfico, fonético y visual.

Existirá semejanza conceptual cuando los dos signos evoquen una idea idéntica o semejante<sup>1</sup>.

<sup>1</sup> TJCA, Proceso N° 133-IP-2009.

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

La similitud ortográfica se presenta por la semejanza de las letras entre los signos a compararse. La sucesión de vocales, la longitud de la palabra o palabras, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones iguales, pueden incrementar la confusión<sup>2</sup>.

Por su parte la visual puede ser entendida como ortográfica, pero es principalmente referida a los signos figurativos o esencialmente visibles.

La semejanza fonética se presenta por coincidencia en las raíces o terminaciones, y cuando la sílaba tónica en las denominaciones comparadas es idéntica o muy difícil de distinguir. Sin embargo, se debe tener en cuenta las particularidades de cada caso, para determinar una posible confusión<sup>3</sup>.

#### 1.2.2. Criterios de conexidad de los productos o servicios

El juez consultante deberá analizar, en relación con los productos, la conexidad competitiva interna existente entre estos y el riesgo de confusión que, por la naturaleza o uso de los productos identificados por las marcas, pueda desprenderse. A tal efecto, el Tribunal<sup>4</sup> ha recogido los siguientes criterios sustanciales para definir el tema para la conexión competitiva:

**a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos o servicios.** Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. 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 relativa facilidad.

**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.

**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.

<sup>2</sup> Ibídem.

<sup>3</sup> Ibídem.

<sup>4</sup> TJCA, Proceso No. 100-IP. 2018



Ref. Expediente N° SD2025/0053462

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

#### 1.2.3. El riesgo de confusión o de asociación

El riesgo de confusión es la posibilidad de que el consumidor adquiera un producto o servicio pensando que está adquiriendo otro (confusión directa), o que adquiera un producto o servicio pensando que éste tiene un origen empresarial distinto al que realmente vincula (confusión indirecta).

Por su parte, el riesgo de asociación se presenta cuando a pesar de no existir confusión se vincula económica o jurídicamente a uno y otro oferente de los productos o servicios identificados por las marcas respectivas<sup>5</sup>.

#### 1.2.4. Reglas de cotejo marcario

Para determinar la identidad o el grado de semejanza entre los signos, la Jurisprudencia ha establecido reglas de comparación generales aplicables a todo tipo de signos, y otros específicos para el tipo o naturaleza de los signos en confrontación.

En este orden de ideas, los criterios generales son:

“(…)

- 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 (...)”<sup>6</sup>.

Así, para determinar la identidad o el grado de semejanza entre los signos, siguiendo las reglas antes mencionadas, deben tenerse en cuenta los aspectos de orden visual, fonético y conceptual<sup>7</sup> mencionados, teniendo en cuenta la naturaleza de los signos a confrontar.

## 2. NATURALEZA Y DESCRIPCIÓN DE LOS SIGNOS A CONFRONTAR

<sup>5</sup> TJCA, Proceso N° 164-IP-2007.

<sup>6</sup> TJCA, Proceso N° 74-IP-2010.

<sup>7</sup> TJCA, Proceso N° 113-IP-2007.

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

2.1. Naturaleza y descripción del signo solicitado



El signo solicitado en registro es de naturaleza mixta, conformado por la silueta en varios colores de una niña en bicicleta que mira y se dirige hacia la parte superior de la etiqueta, la cual tiene canasta en adelante y atrás, así como ruedas de pétalos de flor y una sombrilla particular en la parte superior. Finalmente se observa la palabra “ROS” en un tipo particular de letra en múltiples colores. Siendo por consiguiente el signo solicitado de naturaleza arbitraria.

2.2. Naturaleza y descripción de la marca previamente registrada<sup>8</sup>



La marca previamente registrada es de naturaleza nominativa, compuesta por la frase “Roos Cosmétiques”. Si bien la palabra “COMÉTIQUES” se encuentra escrita en idioma francés, el consumidor la asociaría por su similitud con su traducción al castellano: Cosméticos<sup>9</sup>. Siendo por consiguiente el signo registrado de naturaleza arbitraria.

3. CASO CONCRETO

3.1. Análisis de conexión competitiva

Previo a realizar el análisis de confundibilidad entre las expresiones que componen los signos bajo análisis, es menester realizar el estudio de la conexión competitiva entre los mismos. Para lo cual el Despacho tendrá en consideración, la naturaleza y el fin de los

8

| Tipo       | Signo            | Titular                        | Expediente     | Niza | Clase | Trámite | Estado     | Vigencia   |
|------------|------------------|--------------------------------|----------------|------|-------|---------|------------|------------|
| Nominativa | Roos Cosmétiques | SURAMERICANA IMPORT EXPORT SAS | SD2016/0035450 | 10   | 3     | Marca   | Registrada | 02/05/2027 |

<sup>9</sup> Diccionario Frances-Español. Wordreference.com. Cosmétique nm. Consultado el 7 de abril de 2026. Tomado de: <https://www.wordreference.com/fres/cosmetiques>

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

productos, los canales de distribución, los puntos de venta, el método de uso y si entran en competencia entre sí o son complementarios unos de otros, pues, nada obsta para que coexistan dos marcas similares o incluso idénticas, si los productos por ellas amparados no son susceptibles de causar riesgo de confusión o de asociación por parte de los consumidores.

La marca solicitada pretende identificar los siguientes productos:

**26:** Cintas y lazos en cuanto de adornos para el cabello; broches [accesorios para el cabello]; broches para el cabello; cintas elásticas para el cabello; cintas en cuanto de adornos para el cabello; cintas para el cabello; cintas y lazos de mercería o para el cabello; cintas y lazos en cuanto de mercería o adornos para el cabello; cintas y lazos en cuanto de mercería o para el cabello; coleteros para el cabello [accesorios]; elásticos para sujetar el cabello; ganchos para el cabello; gorros para decolorar el cabello; lazos en cuanto de adornos para el cabello; lazos para el cabello; vinchas para el cabello.

Mientras que el signo previamente registrado identifica los siguientes:

**Expediente SD2016/0035450:**

**3:** Preparaciones para blanquear y otras sustancias para lavar la ropa; preparaciones para limpiar, pulir, desengrasar y raspar; jabones; productos de perfumería, aceites esenciales, cosméticos, lociones capilares; dentífricos.

Conforme a los factores de conexión competitiva, es posible colegir que los productos identificados con los signos en cotejo, además de estar comprendidos en diferentes clases del Nomenclador internacional, no existe entre ellos relación de conexidad o complementariedad alguna, ello en tanto están afectos a distintas finalidades y por ende están dirigidos a diferentes grupos de consumidores o usuarios, siendo comercializados en sitios específicos, claramente identificables.

En efecto, los productos que pretende identificar la marca solicitada se tratan de artículos manufacturados elaborados principalmente a partir de textiles, plásticos, resinas o metales para obtener accesorios de moda y artículos de tocador personales, teniendo como finalidad la estética o moda, sirviendo para complementar el vestuario.

Mientras que el signo previamente registrado contiene productos que se obtienen a partir de diferentes tipos de compuestos químicos tales como disolventes, emulsiones, grasas, aromatizantes, elementos abrasivos entre otros; para elaborar productos de cosmética o limpieza, teniendo como finalidad la higienización o mantenimiento de superficies u objetos inanimados, y el cuidado, estética e higiene personal.

En atención a las coberturas mencionas este Despacho considera que no existe conexión entre las mimas, en especial, debido a que no tienen en común los productos relacionados con la vestimenta, los cuales se comercializan en tiendas de bisutería o boutiques de moda; mientras que los productos del signo previamente registrado se tratan de elementos de limpieza, estética e higiene personal que se encuentran en pasillos de aseo para el hogar, droguerías o almacenes especializados en el hogar.



Ref. Expediente N° SD2025/0053462

Así las cosas, conforme con la especificidad de los productos en comparación, no están llamados a satisfacer una misma necesidad de los consumidores; y bajo este entendido, no son comercializados, ni puestos a disposición del público en los mismos canales comerciales.

### 3.2. Análisis comparativos de los signos

De acuerdo con lo anterior, en virtud del principio de especialidad, y, en atención a los factores de conexión competitiva, los productos identificados con los signos enfrentados no guardan alguna relación que implique riesgo de confusión ni asociación por parte de los consumidores. Por ende, no es necesario proceder a la comparación de los signos respectivos, pues nada obsta para que coexistan dos marcas similares o incluso idénticas, si los productos por ellas amparados no son susceptible de causar riesgo de confusión o de asociación, tal como sucede en este caso.

### 3.3. No presentación de oposiciones

En lo que corresponde al argumento conforme al cual la registrabilidad se da por no mediar oposición del titular de la marca que sirve de antecedente para la negación, se deberá observar que, en cuanto a sus propias decisiones, el Título II de la Decisión 486 regula el procedimiento de registro marcario, e instaura en cabeza de las Oficinas Nacionales Competentes el procedimiento y el respectivo examen de registrabilidad. El Tribunal ha determinado los requisitos de dicho examen de la siguiente manera:

“El Tribunal en múltiples Interpretaciones Prejudiciales<sup>10</sup> ha abordado el tema del examen de registrabilidad, pero en uno de sus últimos pronunciamientos, determinó con toda claridad cuáles son las características de este examen:

1. El examen de registrabilidad se realiza de oficio. La Oficina Nacional Competente debe realizar el examen de registrabilidad así no se hubieren presentado oposiciones, o no hubiere solicitud expresa de un tercero.
2. El examen de registrabilidad es integral. La Oficina Nacional Competente al analizar si un signo puede ser registrado como marca debe revisar si cumple con todos los requisitos de artículo 134 de la Decisión 486, y luego determinar si el signo solicitado encaja o no dentro de alguna de las causales de irregistrabilidad consagradas en los artículos 135 y 136 de la misma norma.

En consecuencia con lo anterior y en relación con marcas de terceros, la Oficina Nacional Competente, así hubiera o no oposiciones, deberá revisar si el signo solicitado no encuadra dentro del supuesto de irregistrabilidad contemplado en el artículo 136, literal a): es decir, debe determinar si es o no idéntico o se asemeja o no 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”<sup>11</sup>.

<sup>10</sup> Se destacan las siguientes Interpretaciones Prejudiciales sobre la materia: Interpretación Prejudicial de 7 de julio de 2004, proferida dentro del proceso 40-IP-2004; Interpretación Prejudicial de 9 de marzo de 2005, proferida dentro del proceso 03-IP-2005; e Interpretación Prejudicial de 16 de noviembre de 2005, proferida dentro del proceso 167-IP-2005.

<sup>11</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 180-IP-2006.

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

### 3.4. Del registro de casos análogos

Finalmente, respecto del argumento de la apelante, por medio del cual trae a colación casos que, a su juicio, se encuadran en circunstancias similares relacionadas con la concesión de registros anteriores, es pertinente aclararle que la Administración toma sus decisiones de forma particular e independiente, de acuerdo con las circunstancias especiales de cada asunto y en cumplimiento de la normatividad vigente, hecho por el cual no es preciso remitirnos a trámites diferentes decididos con anterioridad para circunstancias, posiblemente, no análogas.

En efecto, el criterio esgrimido en un caso no compromete, ni obliga a la oficina para pronunciarse siempre en el mismo sentido, sin que esto signifique inseguridad jurídica, existiendo la posibilidad de tomar una posición diferente en aras de interpretaciones más acordes con las normas aplicables.

Al respecto el Tribunal de Justicia ha sostenido lo siguiente:

“No es regla de aceptación marcaria que en base a signos ya registrados se pretenda objetar en algún momento, el poder discrecional pero no arbitrario de la Administración, para aceptar o negar un nuevo signo como marca. Circunstancias distintas y diversas, originadas en los propios hechos, pueden influir o no para que la Oficina Nacional Competente, en un caso determinado, acepte la irreregistrabilidad y en otro la rechace<sup>12</sup>”.

### 4. Clases suspendidas

Esta Delegatura observa que respecto de la solicitud de registro multiclase de la referencia, la Dirección no realizó pronunciamiento alguno respecto de una clase, en tanto suspendió su trámite.

El numeral 1.2.5.7.2 del Título X de la Circular Única, prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación...”.

De esta manera y teniendo en cuenta lo señalado en la Circular Única, procede esta Delegatura a remitir el presente expediente a la Dirección de Signos Distintivos para lo de su cargo, para que realice el correspondiente estudio de la solicitud del registro suspendido en la clase 39 del nomenclador internacional.

### 5. CONCLUSIÓN

<sup>12</sup> Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones, Proceso No 5-IP-97, 25 de julio de 1997.

Ref. Expediente N° SD2025/0053462

Según las consideraciones antes expuestas, es procedente revocar la Resolución N° 98531 de 26 de noviembre de 2025.

En mérito de lo expuesto,

**RESUELVE**

**ARTÍCULO 1:** Revocar la decisión contenida en la Resolución N° 98531 de 26 de noviembre de 2025 proferida por la Dirección de Signos Distintivos.

**ARTÍCULO 2:** Remitir el expediente de la referencia a la Dirección de Signos Distintivos para lo de su cargo.

**ARTÍCULO 3:** Notificar a Rosmery Medrano Romero, el contenido de la presente Resolución, entregándole copia de ésta y advirtiéndole que contra ella no procede recurso alguno.

**NOTIFÍQUESE Y CÚMPLASE**

Dada en Bogotá D.C., el 26 de mayo de 2026

**LA SUPERINTENDENTE DELEGADA PARA LA PROPIEDAD INDUSTRIAL,**



**PILAR MARIA GOYENECHÉ CARVAJAL**