

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 50312

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

Por la cual se decide una solicitud de registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 14 de febrero de 2025, la sociedad **DROPI S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **ESTRELLAS APP** (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9, 35 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1060 del 6 de marzo de 2025, la sociedad **MILANSERA, S.L.** presentó oposición **contra las clases 9 y 42** con fundamento en: Literal a) Artículo 136 decisión 486 de la Comunidad Andina - Riesgo de confundibilidad con una marca anterior.

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

*“(…) Es así como la confrontación de las marcas debe realizarse entre las expresiones (**ESTRELLAS APP vs ESTELA y ESTELA WE HAVE YOU COVERED**), incluyendo todos los parámetros expuestos por la jurisprudencia y la doctrina para el efecto.*

*En virtud de lo anterior, la confrontación entre los signos debe efectuarse teniendo en cuenta las expresiones “**ESTRELLAS APP**” frente a “**ESTELA**” y “**ESTELA WE HAVE YOU COVERED**”, aplicando integralmente los criterios establecidos por la jurisprudencia y la doctrina en materia de comparación marcaria.*

Del análisis conjunto de los signos enfrentados se desprende una clara similitud visual y conceptual, dado que comparten una estructura gráfica y longitud comparable, especialmente bajo una presentación tipográfica neutra. Si bien uno de los signos incorpora una frase adicional en inglés, esta actúa como un complemento o eslogan que no neutraliza la similitud del elemento distintivo principal “ESTELA”.

Asimismo, en el plano conceptual, ambas expresiones evocan imágenes relacionadas con el universo o el cielo, lo que puede generar una asociación en el consumidor respecto al origen empresarial de los productos o servicios identificados.

Por tanto, puede concluirse que existe un riesgo de confusión, derivado de las similitudes sustanciales en los planos visual, ortográfico, fonético y conceptual de los signos enfrentados.

Teniendo en cuenta lo anterior, no es posible que el examinador otorgue el registro de la presente solicitud y desconozca las similitudes entre los signos que resaltan de forma preponderante en relación con las pequeñas diferencias encontradas.

Ahora bien, puede observarse que la marca solicitada para registro reproduce de forma prácticamente idéntica el elemento denominativo predominante, y por ende, el

¹ 9: Software descargable como aplicación para realización de comercio electrónico, distribución de mercancía e intermediación logística. Software descargable como aplicación para servicio de redes sociales a través de internet, para mujeres.

35: Publicidad física y en línea (web); gestión de negocios comerciales dedicados al comercio electrónico, distribución de mercancía e intermediación logística.

42: Plataforma como servicio (PaaS) y Software como servicio (SaaS) para realización de comercio electrónico, distribución de mercancía e intermediación logística. Plataforma como servicio (PaaS) y Software como servicio (SaaS) para redes sociales a través de internet, para mujeres. Alojamiento de bases de datos; almacenamiento electrónico de datos.

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

de mayor distintividad y recordación de la marca previamente registrada. En efecto, al comparar “ESTRELLAS APP” con “ESTELA” y “ESTELA WE HAVE YOU COVERED”, se advierte que la marca solicitada incorpora en su totalidad las vocales y consonantes del término preponderante, lo cual no resulta suficiente para descartar el riesgo de confusión fonética, ortográfica y conceptual entre los signos enfrentados.

Por lo tanto, si se realiza un análisis exhaustivo del orden fonético podremos concluir que las expresiones sometidas a confrontación generan una impresión sustancialmente similar en la mente del consumidor.

Para ahondar en las similitudes del orden fonético que despiertan las marcas, a continuación, nos permitimos realizar el siguiente ejercicio práctico que recae sobre el elemento que goza de mayor distintividad en el signo solicitado y el signo opositor, con el cual se podrá concluir la evidente similitud que existe entre ellas:

**ESTRELLAS APP– ESTELA y ESTELA WE HAVE YOU COVERED /
ESTRELLAS APP– ESTELA y ESTELA WE HAVE YOU COVERED /
ESTRELLAS APP– ESTELA y ESTELA WE HAVE YOU COVERED /
ESTRELLAS APP– ESTELA y ESTELA WE HAVE YOU COVERED /
ESTRELLAS APP– ESTELA y ESTELA WE HAVE YOU COVERED /**

Como se evidenció en la comparación anterior, Desde el punto de vista fonético y ortográfico, las marcas “ESTRELLAS APP” y “ESTELA” / “ESTELA WE HAVE YOU COVERED” presentan una similitud estructural evidente, al compartir una raíz lingüística común: el prefijo “EST-”, que constituye el inicio de ambas expresiones y que, por su posición inicial, adquiere un mayor peso en la percepción del consumidor.

Dicha coincidencia no se limita a las primeras letras, sino que se extiende a una estructura silábica semejante, en la que se combinan fonemas suaves, fáciles de pronunciar y recordar. En consecuencia, ambas marcas generan una cadencia y un ritmo fonético comparable, lo que incrementa significativamente la posibilidad de confusión en la oralidad, especialmente en contextos en los que el consumidor recibe la información de forma verbal o auditiva, como sucede frecuentemente en entornos publicitarios, comerciales o digitales.

*Además, tratándose de palabras de longitud corta y de similar sonoridad, la atención del consumidor medio —que, según la jurisprudencia, actúa con un nivel de atención limitado y no realiza análisis detallados— podría fácilmente verse inducida al error o a establecer una relación equivocada entre los signos enfrentados, presumiendo una **misma** procedencia empresarial o una vinculación económica entre los productos o servicios identificados.*

Por lo tanto, la coincidencia fonética y ortográfica entre los signos, sumada a su construcción morfológica afín, constituye un elemento determinante al momento de evaluar el riesgo de confusión, conforme a los parámetros establecidos por la doctrina y la jurisprudencia especializada en materia marcaria.

(...)

*Desde la perspectiva del consumidor promedio, ambos listados hacen referencia, a software descargable o aplicaciones para dispositivos móviles, lo cual evidencia una naturaleza **común**: programas informáticos diseñados para instalarse y ejecutarse en equipos electrónicos, en especial teléfonos móviles. Esta coincidencia ya establece una primera base de conexión.*

Teniendo en cuenta lo anterior, es claro que ambos grupos marcarios se orientan a la facilitación de actividades comerciales, administrativas y de interacción digital, y por tanto pueden satisfacer necesidades complementarias dentro del mismo entorno empresarial o de usuario final. Por ejemplo, una persona o empresa que utiliza una

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

app de comercio electrónico podría también requerir herramientas de facturación o gestión administrativa para completar el proceso de venta o distribución.

Ambas categorías de productos están dirigidas a usuarios con necesidades tecnológicas, tales como emprendedores, pequeños negocios, empresas logísticas, o incluso consumidores finales que buscan soluciones digitales específicas. Por tanto, el público objetivo es coincidente o se solapa en ciertos segmentos.

Todos los productos analizados se comercializan, en general, a través de canales digitales comunes, tales como tiendas de aplicaciones (Google Play, App Store), plataformas web especializadas, o marketplaces de software. Esto implica que compiten por visibilidad y elección dentro de los mismos entornos comerciales.

Por último, se puede concluir, que los bienes enfrentados son complementarios y en algunos casos podrían integrarse en una misma solución de software empresarial o personal. Esto refuerza la idea de que pueden competir por captar la atención del mismo consumidor en contextos similares, lo cual es suficiente para afirmar una conexidad competitiva en términos marcarios.

Por tanto, el uso de signos similares para identificar estos productos podría generar riesgo de asociación o confusión en el mercado, al inducir al consumidor a pensar que provienen del mismo origen empresarial o que existe una relación económica entre los oferentes.

En cuanto a los servicios que se encuentran en la clase 42 enfrentadas se evidencia que las marcas enfrentadas se enmarcan en el ámbito de las tecnologías de la información (TI), en particular en el desarrollo, suministro y gestión de plataformas y soluciones de software ofrecidas como servicios (SaaS y PaaS), así como en la provisión de soporte técnico y funcional asociado a dichos desarrollos. Todos los servicios tienen como eje común el desarrollo, suministro y operación de soluciones digitales en la nube, lo que revela una naturaleza convergente.

Si bien los servicios del primer grupo se enfocan en sectores específicos (comercio electrónico, logística, redes sociales), y los del segundo grupo se orientan principalmente a funciones administrativas (facturación, consultoría, soporte), en ambos casos se trata de herramientas digitales para optimizar procesos empresariales o de interacción en línea.

Además, muchos de estos servicios pueden integrarse o ser ofertados por un mismo proveedor tecnológico, por ejemplo, una empresa que ofrece soluciones SaaS para comercio electrónico también podría ofrecer software de facturación y servicios de alojamiento o desarrollo a medida.

Lo anterior significa que los servicios son funcionalmente complementarios o solapables, lo que favorece su consideración como concurrentes en el mercado.

Existe una conexidad competitiva clara entre los servicios comparados, en virtud de su naturaleza digital, su carácter técnico, la similitud de su finalidad, su coincidencia en los canales de comercialización y la complementariedad funcional entre ellos. Por tanto, el uso de signos similares para identificar dichos servicios podría dar lugar a un riesgo de confusión o asociación en el consumidor, quien podría razonablemente suponer que provienen del mismo origen empresarial o que están vinculados económicamente.

Teniendo en cuenta lo anterior, es claro que, el riesgo de asociación se incrementa hasta el punto de impedir el registro del signo solicitado, pues busca desempeñarse en un sector análogo al del antecedente mencionado (...).

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **DROPI S.A.S.**, dio respuesta a las oposiciones argumentando, entre otras cosas:

*“(…) La marca **ESTRELLAS APP** (Nominativa) solicitada a registro, goza de la suficiente distintividad requerida para distinguir los productos y servicios que pretende identificar, toda vez que su composición ortográfica, fonética y conceptual, analizada según las reglas ampliamente desarrolladas por la jurisprudencia proferida por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, así como por la doctrina pertinente en la materia, referentes a la comparación entre signos en cotejo, nos permite colegir que el signo solicitado cumple con los requisitos exigidos para constituirse como marca susceptible de registro, aportando la suficiente distintividad, tanto intrínseca, como extrínseca.*

En este sentido, los argumentos expuestos en el escrito de oposición, no gozan de la suficiente fortaleza para desencadenar en la negación del registro de la marca solicitada.

Teniendo en cuenta los mencionados criterios y reglas establecidas para realizar comparaciones entre marcas en disputa, es menester proceder al análisis individual de los criterios, de manera simultánea con las mencionadas reglas, con el fin de determinar la posibilidad de riesgo de confusión entre las marcas en cotejo.

(…)

*Sin embargo, el juicio que realiza el opositor involucra la marca “**ESTELA WE HAVE YOU COVERED**” (Mixta), la cual no hace parte del fundamento de la oposición, cual es “**ESTELA**” (Nominativa), y adicionalmente, se realiza un análisis limitado en lo que se refiere a los criterios ortográfico, fonético y conceptual (…)*

*Por lo anterior, podemos observar que, desde el punto de vista ortográfico, al realizar un juicio comparativo entre signos, aplicando las reglas mencionadas, nos encontramos frente a un signo “**ESTRELLAS APP**” que, al incorporar en su estructura ortográfica, la letra “**R**” y el dígrafo, o doble letra “**L**”, introduce elementos ortográficos capaces de imprimir distintividad frente al signo opositor, que a su vez se verán reflejados en el campo fonético y conceptual, impidiendo así, posibilidad alguna de confusión o asociación entre el público consumidor.*

(…)

*Teniendo en cuenta las diferencias resultantes desde el punto de vista ortográfico entre las expresiones en conflicto, por naturaleza devienen distinciones fonéticas entre ellas. La inclusión de una consonante en la parte media del vocablo, así como de otra en la parte final, generan una distinción absoluta entre ambos términos, mas aún cuando las consonantes que incorpora el término solicitado a registro “**ESTRELLAS APP**”, se caracterizan por la fuerza fonética que imprimen en la expresión. En este sentido, tanto la letra “**R**” con la “**doble L**”, imprimen suficiente distintividad desde el punto de vista fonético al ser incluidas en la expresión. Veamos:*

(Marca Solicitada)
ESTRELLAS APP

(Marca Opositora)
ESTELA

*La inclusión que hace la expresión solicitada a registro, de la letra “**R**” y el dígrafo “**LL**”, mal haría en verse como una simple introducción de dos letras adicionales, a un vocablo ya existente, y del cual se comparte el prefijo y el sufijo. Por el contrario, un análisis detallado permite resaltar la distinción que aportan las letras introducidas, no solo por su naturaleza, sino también por su ubicación dentro de la expresión.*

*En efecto, no es cualquier lera la que se incluye, ni en cualquier ubicación; podemos observar que una de las letras que incorpora el signo solicitado, es la letra “**R**”, la que*

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

se caracteriza por su connotación fonética particular, vibrante, por lo cual genera una variación significativa en la pronunciación de la expresión, generando distinción desde el punto de vista fonético.

De igual manera, la expresión solicitada a registro incluye una segunda letra, la “L”, una consonante que, al venir unida a otra letra “L”, y anteceder a una vocal, genera un efecto sonoro muy particular y completamente distinto al que se produce cuando la letra se utiliza de forma individual, y no en dígrafo, o de manera unida, como se emplea en la marca solicitada a registro, aportando aún mayor distinción desde el punto de vista fonético.

Por lo anterior, podemos observar como las diferencias ortográficas entre los signos confrontados, generan en estos, pronunciaciones y sonidos disímiles, aportando desde el punto de vista fonético, distintividad suficiente entre ellos.

(...)

*De una apreciación simple y sin mayor esfuerzo, se evidencia la absoluta diferencia que presentan los significados de ambos términos, evocando en la mente del consumidor, conceptos completamente distintos. Mientras la marca solicitada a registro “**ESTRELLAS APP**” hace referencia directa a un objeto o cuerpo celeste, la expresión opositora “**ESTELA**”, hace referencia a una imagen, rastro, señal no permanente, resultante del movimiento de un objeto.*

En este sentido, por la claridad conceptual de ambos términos, no hay posibilidad de confusión o asociación alguna. Mientras la inclusión, así sea de una sola letra en un término, tenga la capacidad de generar un vocablo con significado distinto, el consumidor, por más que identifique una secuencia de letras en ambos términos, inevitablemente tendrá como principal elemento diferenciador, el concepto o significado atribuido a cada una de las expresiones, máxime, cuando ambas expresiones devienen familiares para el público consumidor, de conocimiento común.

(...)

Con relación a la conexión competitiva debemos manifestar que solamente se llegará a examinar dicha conexión, cuando existan indicios de ser marcas similares, situación que como bien se ha esbozado, a nuestro juicio, no se presenta.

En tal sentido, no habría que hacer ni siquiera un análisis de la conexión competitiva que existe. Contrario a lo señalado por el opositor, consideramos que para el presente caso no existe un riesgo de confusión directa o indirecta por parte de los consumidores, pues las diferencias en las marcas son bastantes marcadas, como para pretender que una persona del común (consumidor racional) los asocie entre ellos, o a un mismo origen empresarial (...).

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

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.

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

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° SD2025/0012464

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Consideraciones previas:

Antes de iniciar el estudio de registrabilidad, es menester precisar que el signo opositor con expediente No. SD2023/0059207 fue negado por esta Dirección mediante la Resolución No. 48403 del 23 de agosto de 2024, decisión que fue confirmada por la Delegatura para la Propiedad Industrial a través de la Resolución No. 70921 del 15 de septiembre de 2025. En consecuencia, al encontrarse dicho acto administrativo en firme, no resulta procedente citar la mencionada solicitud como antecedente marcario, toda vez que se ha desvanecido cualquier riesgo de confusión o de asociación en el mercado.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ESTELA WE HAVE YOU COVERED	MILANSERA, S.L.	SD2023/0059213	12	9, 42	Marca	Registrada	11 de julio de 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado

ESTRELLAS APP

(Nominativa)

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza nominativa conformada por la expresión “ESTRELLAS APP”.

Signos opositores



ESTELA WE HAVE YOU COVERED

(Mixta)

Por su parte, el signo opositor es de naturaleza mixta y se encuentran compuestos en su parte nominativa por la expresión “ESTELA” y la mixta por la inclusión de la expresión secundaria “WE HAVE YOU COVERED”. Adicionalmente, la parte gráfica del signo mixto se encuentra compuesto por una grafía especial sumado a unas curvas que le dan mayor distintividad. Esta marca mixta reivindica colores.



Ref. Expediente N° SD2025/0012464

Jurisprudencia:

Comparación entre signos nominativos y mixtos

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 172-IP-2021 de 7 de diciembre de 2021, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina reiteró sobre la comparación entre el un signo nominativo y uno mixto, aclarando lo siguiente:

“En consecuencia, al realizar la comparación entre marcas denominativas y mixtas, se deberá identificar, cuál de los elementos prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, si el denominativo o el gráfico.

- a) *Si al realizar la comparación se determina que las marcas mixtas predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habrá lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo estas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.*
- b) *Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con las reglas para el cotejo de los signos denominativos expuestos en el párrafo 2.3. Literal a) de la presente Interpretación Prejudicial.*

En consecuencia, al analizar las reglas establecidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, es necesario remitirnos a lo señalado dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, en donde se ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido 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, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)”⁴.

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 ha reiterado que:

“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).

⁴ 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° SD2025/0012464

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 teniendo en cuenta que al ser un signo nominativo la marca opositora, el elemento preponderante es el mismo, y que en la marca solicitante, también predomina el elemento nominativo. Por lo tanto, 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 ambos signos.**”⁵*

Análisis comparativo

En primera medida, se debe precisar que en los signos objeto de comparación, el elemento nominativo es el preponderante en razón a que son las palabras las que causan mayor impacto en la mente del consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los servicios protegidos con estas marcas.

En consecuencia, las expresiones en tensión son: “ESTRELLAS APP” vs ESTELA WE HAVE YOU COVERED”. De estas, se eliminarán aquellas que sean de uso común tales como “APP” y secundarias tales como “WE HAVE YOU COVERED” por lo que el cotejo se centrará en las siguientes expresiones “**ESTRELLAS vs ESTELA**”.

Así entonces, al analizar los signos en cuestión, esta Dirección encuentra que, aunque comparten la partícula “EST”, ambos signos cuentan con letras adicionales que las hacen distintas. En primer lugar, el signo solicitado incluye las letras R-E-L-L-A y los signos opositores E-L-A. En ese sentido, esta Dirección encuentra evidentes diferencias en la parte ortográfica, fonética y visual de los signos.

De igual forma, al verificar los significados de ambas expresiones, esta Dirección puede concluir que en lo que respecta a la expresión **ESTRELLAS** tiene un significado propio que según la RAE corresponde a “cada uno de los cuerpos celestes que brillan en la noche con luz propia”⁶. Por otro lado, en lo que respecta a la expresión **ESTELA**, su definición señala

⁵ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

⁶ Tomado de: <https://dle.rae.es/estrella>

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

lo siguiente: *“señal o rastro de espuma y agua removida que deja atras una embarcación u otro cuerpo en movimiento”*⁷.

Así, es posible señalar que tampoco existe similitud conceptual entre el componente nominativo de los signos, en razón a que ambas expresiones significan cosas diferentes, y son usadas en contextos distintos.

A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas. Por lo tanto, los referidos signos pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial.

En consecuencia, esta Dirección observa que si bien los signos comparados comparten cierta semejanza, al compartir algunas partículas, analizándolos en su conjunto tal y como debe realizarse su examen, se encuentra que cada uno de ellos cuenta con elementos adicionales que generan que al ser pronunciados y transcritos produzcan una impresión totalmente diferente en el consumidor y en caso de coexistencia no generarían riesgo de confusión ni de asociación.

Por lo anterior, es posible concluir que existen diferencias ortográficas, fonéticas, y conceptuales en la parte nominativa de los signos por lo que cuentan con la distintividad suficiente para que no sean confundibles por el consumidor ni para que se asocien a un mismo origen empresarial.

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 productos y 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.

Facultad oficiosa de la Administración del signo solicitado

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que el siguiente registro marcario deberá ser tenido en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

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	Súper Estrellas	GRUPO EMPRESARIAL EN LINEA S.A	SD2021/0054612	11	16.35.36 y 41	Marca	Registrada	27 dic. 2031

Los signos a comparar son los siguientes:

⁷ Tomado de: <https://dle.rae.es/estela>

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

Signo solicitado
ESTRELLAS APP (Nominativa)

La marca solicitada es de naturaleza nominativa y se encuentra compuesta por la expresión **“ESTRELLAS APP”** sin ningún tipo de caligrafía especial que sobresalga.

Signo Antecedente
 (Mixtas)

La marca citada de oficio es de carácter mixta y se encuentran conformada por las expresiones **“SUPER ESTRELLAS”** acompañada de la figura de una estrella con fondo en color rojo, amarillo y letras amarilla y blancas, dividida en tres segmentos.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 172-IP-2021 de 7 de diciembre de 2021, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina reiteró sobre la comparación entre el un signo nominativo y uno mixto, aclarando lo siguiente:

“En consecuencia, al realizar la comparación entre marcas denominativas y mixtas, se deberá identificar, cuál de los elementos prevalece y tiene mayor influencia en la mente del consumidor, si el denominativo o el gráfico.

- c) *Si al realizar la comparación se determina que las marcas mixtas predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habrá lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo estas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial, salvo que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.*
- d) *Si en la marca mixta predomina el elemento denominativo, deberá realizarse el cotejo de conformidad con las reglas para el cotejo de los signos denominativos expuestos en el párrafo 2.3. Literal a) de la presente Interpretación Prejudicial.*

En consecuencia, al analizar las reglas establecidas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, es necesario remitirnos a lo señalado dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, en donde se ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto, el Tribunal ha establecido que: “No

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

*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, con o sin el acompañamiento de un gráfico (...)*⁸.

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 ha reiterado que:

“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 teniendo en cuenta que al ser un signo nominativo la marca opositora, el elemento preponderante es el mismo, y que en la marca solicitante, también predomina el elemento nominativo. Por lo tanto, 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.

⁸ 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° SD2025/0012464

f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.”⁹

Análisis comparativo con marca citada de oficio

En primera medida se precisa que entre los signos objeto de comparación, el elemento nominativo es el preponderante en razón a que son las palabras las que causan mayor impacto en la mente del consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los servicios protegidos con estas marcas.

En consecuencia, las expresiones en tensión son: “ESTRELLAS APP” vs SUPER ESTRELLAS”. De estas, se eliminarán aquellas que sean de uso común como “APP” y secundarias tales como “**SUPER**” por lo que el cotejo se centrará en las siguientes expresiones “**ESTRELLA vs ESTRELLAS**”

Así entonces, al analizar los signos en cuestión, esta Dirección encuentra que, al centrarse el cotejo marcario exclusivamente en las expresiones esenciales “**ESTRELLA**” frente a “**ESTRELLAS**”, resulta evidente que existe una identidad ortográfica, fonética y conceptual casi absoluta entre los signos en tensión. Dado que la expresión en mención es la que ocupa un lugar preponderante en sus conjuntos, además de recaer sobre esta la carga distintiva.

En efecto, esta Dirección encuentra que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del previamente registrado (ESTRELLAS), configurándose así una reproducción marcaria parcial, pero de la partícula más dominante, no siendo los demás elementos adicionales que hacen parte del signo solicitado, suficientes para que el consumidor pueda diferenciarlos en el mercado.

Por último, habiendo definido cuáles son las características que más sobresalen en los signos cotejados y sus partículas dominantes, es oportuno colegir que los signos no pueden coexistir en el mercado sin generar confusión en el consumidor respecto a su procedencia empresarial, pues en dicho caso, el consumidor medio podría pensar que se realizó una innovación a la presentación de la marca registrada o que el signo solicitado es una nueva línea de productos o servicios, compartiendo equívocamente en dicho caso el mismo origen empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

9: Software descargable como aplicación para realización de comercio electrónico, distribución de mercancía e intermediación logística. Software descargable como aplicación para servicio de redes sociales a través de internet, para mujeres.

42: Plataforma como servicio (PaaS) y Software como servicio (SaaS) para realización de comercio electrónico, distribución de mercancía e intermediación logística. Plataforma como servicio (PaaS) y Software como servicio (SaaS) para redes sociales a través de

⁹ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

internet, para mujeres. Alojamiento de bases de datos; almacenamiento electrónico de datos.

El signo confrontado identifica:

Expediente

Producto y/o servicios

SD2021/0054612

(16): Impresos relacionados con los juegos de suerte y azar; publicidad impresa relacionada con juegos de suerte y azar; formularios relacionados con juegos de suerte y azar; volantes impresos relacionados con juegos de suerte y azar; tarjetones impresos relacionados con juegos de suerte y azar.

(35): Publicidad relacionada con juegos de suerte y azar; gestión de negocios comerciales relacionada con juegos de suerte y azar; administración de programas de incentivos para la promoción de ventas relacionados con; juegos de suerte y azar; organización de programas de fidelización e incentivos relacionados con juegos de suerte y azar.

(36): Emisión de tarjetas de pago electrónico asociadas a planes de incentivos y gratificaciones, prestación de servicios financieros tales como giros monetarios, recaudo de pago de facturas y recaudo de pago de facturas de servicios públicos domiciliarios, obligaciones bancarias. Pre-pago de servicios de telefonía celular, televisión digital y servicios complementarios. Pre-pago de servicios complementarios. servicio para la obtención y pago de seguros.

(41): Servicios de apuestas y juegos de azar, alquiler de máquinas para juegos de azar, organización de loterías y otros juegos de azar, servicios de juegos de azar o de apuestas en línea.

(42): Diseño de hardware y software relacionados con juegos de suerte y azar.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Análisis de conexidad competitiva de oficio de la clase 9 solicitada ESTRELLAS APP (Mixta) vs la clase 42 de la marca antecedente SUPER ESTRELLAS

Cabe señalar que los productos y servicios pueden ser complementarios si hay una conexión entre ellos, en el sentido de que uno es indispensable (esencial) o importante (significativo) para el uso del otro de tal manera que los consumidores puedan pensar que la responsabilidad de la producción o prestación de esos corresponde al mismo origen empresarial al presentarse una relación funcional o el mismo público relevante al cual se encuentran dirigidos, entre otros criterios dados por el uso propuesto de estos productos y servicios.

Así, en el caso bajo estudio, se evidencia que para la existencia de algunos tipos de software (Cl. 9) como los que busca identificar el signo solicitado, es necesario el servicio

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

de diseño y desarrollo de programas de software (Cl. 42) servicios que identifica la marca registrada, pues lo cierto es que la finalidad de los servicios de desarrollo de software es precisamente desarrollar un software, así, para desarrollar el producto es necesario que se desarrolle el servicio de elaboración de este, siendo este necesario para el otro.

Con esto claro, esta Dirección evidencia que, dada la cobertura de los signos enfrentados, es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario pues se ubican en el mismo ramo tecnológico, tienen la misma finalidad que es el software como tal, y para la fabricación del software (Cl. 9) es necesario el previo desarrollo de este (Cl. 42) siendo loable para el consumidor que el desarrollador de software amplíe su esquema de negocio a la venta del software como tal, así como que el que actualmente vende software, incursione en el negocios de ofrecer su elaboración personalizada, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales.

En este punto es necesario hacer referencia a lo expresado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, con relación a la Teoría de la Interdependencia:

“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”¹⁰.

Por todo lo anterior, se concluye que las coberturas de los signos comparados guardan una conexidad competitiva que genera una confusión en el público consumidor, por lo que no es posible el permitir la coexistencia.

Análisis de conexidad competitiva de oficio de la clase 42 solicitada ESTRELLAS APP (Mixta) vs la clase 42 SUPER ESTRELLAS de la marca previamente registrada.

Razonabilidad

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “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. (...)”¹¹.

En el caso sub examine, los servicios del signo solicitado (*PaaS, SaaS, alojamiento y almacenamiento de datos*) constituyen la infraestructura base e indispensable sobre la cual se monta cualquier desarrollo de software moderno, incluido el diseño de software para juegos de suerte y azar.

Por otro lado, las plataformas de juegos de suerte y azar en línea (*Gaming*, casinos virtuales, apps de apuestas) no operan de forma aislada; requieren estrictamente de servicios de alojamiento de bases de datos, almacenamiento electrónico de datos en la nube y arquitecturas tipo *PaaS/SaaS* para procesar transacciones, gestionar usuarios y distribuir sus contenidos a través de internet. Por ende, los canales de distribución digital, los desarrolladores de software y los proveedores de infraestructura tecnológica coinciden

¹⁰ Interpretación Prejudicial Proceso 96-IP-2006. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina cita a BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475.

¹¹ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

plenamente en el mercado.

Aunado a lo anterior, ante la altísima similitud de los signos, es razonable que el consumidor deduzca de forma natural que el titular de la marca reconocido en el sector del software ha expandido su línea de negocio o su portafolio de servicios tecnológicos desde el diseño de software especializado (juegos de azar) hacia soluciones estructurales en la nube (SaaS/PaaS para e-commerce y redes sociales), configurándose un clarísimo riesgo de asociación.

Por lo tanto, en atención al principio de razonabilidad, a la similitud entre los signos y a la relación existente entre los servicios que identifican, el consumidor podrá asumir de manera razonable que tienen el mismo origen empresarial y que el signo a registro está destinado a identificar una nueva línea de servicios del titular de la marca antecedente.

La decisión de la administración debe ir de la mano con los intereses de los distintos actores en el mercado, evitando, por un lado, que el consumidor asocie un producto o servicio a un mismo origen empresarial cuando ello falte a la verdad y, a su vez, frente a los empresarios, prohibiendo que un tercero saque provecho sobre la base de la actividad comercial ajena.

En este punto es necesario hacer referencia a lo expresado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, con relación a la Teoría de la Interdependencia:

“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”¹².

En consecuencia, esta Dirección estima que se cumple uno de los tres criterios sustanciales de conexidad establecidos por la jurisprudencia andina, siendo estos suficientes *“para acreditar por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios”¹³.*

Por todo lo anterior, se concluye que las coberturas de los signos comparados guardan una conexidad competitiva que genera una confusión en el público consumidor, por lo que no es posible el permitir la coexistencia.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud frente a las clases 9 y 42 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.

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a la clase 35 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de las clases restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual 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.

¹² Interpretación Prejudicial Proceso 96-IP-2006. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina cita a BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475.

¹³ Ibidem.

Ref. Expediente N° SD2025/0012464

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 (...)

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **MILANSERA, S.L.**, respecto de la clase 9 de la clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 2: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **MILANSERA, S.L.**, respecto de la clase 42 de la clasificación Internacional de Niza.

ARTÍCULO 3: Negar el registro del Marca **ESTRELLAS APP** (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁴, solicitada por **DROPI S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro del Marca **ESTRELLAS APP** (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁵, solicitada por **DROPI S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución

ARTÍCULO 5: Notificar a **DROPI S.A.S.**, solicitante del registro y a **MILANSERA, S.L.** opositor, el contenido de la presente resolución, entregándole copia de la misma, advirtiéndole 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 6: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 3 de julio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)

¹⁴ **9:** Software descargable como aplicación para realización de comercio electrónico, distribución de mercancía e intermediación logística. Software descargable como aplicación para servicio de redes sociales a través de internet, para mujeres.

¹⁵ **42:** Plataforma como servicio (PaaS) y Software como servicio (SaaS) para realización de comercio electrónico, distribución de mercancía e intermediación logística. Plataforma como servicio (PaaS) y Software como servicio (SaaS) para redes sociales a través de internet, para mujeres. Alojamiento de bases de datos; almacenamiento electrónico de datos.