

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 67226

Ref. Expediente N° SD2025/0015936

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 26 de febrero de 2025, **INGENIERIA ELECTRONICA DEL HUILA SAS** solicitó el registro de la Marca **INGELECGROUP TECHNOLOGIES** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1062, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

**TERCERO:** Que mediante escrito radicado el 16 de mayo de 2025, **INGELEC** presentó escrito de irregistrabilidad respecto del signo objeto de estudio.

**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.”*

**Advertencia de irregistrabilidad.**

El artículo 146 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, establece que la oportunidad para presentar los argumentos tendientes a desvirtuar el registro del signo solicitado mediante la presentación de es durante los treinta (30) días siguientes a la fecha de la publicación.

Asimismo, de conformidad con lo preceptuado en el artículo 150 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina, la Dirección de Signos Distintivos, siempre realiza un estudio de fondo de registrabilidad de los signos solicitados, así no se haya presentado oposición, ya sea para conceder o negar el registro de la marca, pues en ningún momento la Oficina Nacional Competente se encuentra eximida de realizar el referido examen de registrabilidad, porque el objetivo de la norma es que dicho examen se convierta en etapa obligatoria dentro del proceso de concesión o de denegación de los registros marcarios.

<sup>1</sup> 42: Servicios tecnológicos, consultoría tecnológica e informática, servicios informáticos para proteger datos e información, diseño de software, y diseño industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

Ref. Expediente N° SD2025/0015936

Conforme a lo preceptuado en líneas anteriores, la oportunidad para presentar los argumentos tendientes a desvirtuar el registro del signo solicitado tramitado bajo este expediente, venció el pasado 13 de mayo de 2025, término que venció sin que se presentara escrito formal de oposición. En vista de lo anterior, el escrito de oposición presentado contra la solicitud de registro de la marca que nos ocupa no se considera admitido a trámite.

## 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 tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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

<sup>2</sup> •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>3</sup> 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° SD2025/0015936

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 marcas previamente registradas y solicitada

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 | ingelec           | INGELEC          | SD2025/0021777 | 11   | 9, 11          | Marca   | Bajo Examen de Fondo | PRESENTACIÓN SOLICITUD DE EXTENSIÓN TERRITORIAL<br><br>07/02/2025 |
| Mixta | INGELÉCTRICA S.A. | INGELECTRICA S.A | 15206391       | 10   | 35, 37, 38, 42 | Marca   | Registrada           | 30/01/2027                                                        |

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                                 | La marca registrada y previamente solicitada                                                                                                                                 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <br> |

Jurisprudencia

En lo que comprende con la comparación entre marcas mixtas 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 signos aplicando las reglas que para ese propósito ha*



Ref. Expediente N° SD2025/0015936

*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”.*

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

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

### Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado INGELECGROUP TECNOLOGIES comprende el elemento relevante, esto es, INGELEC de los signos antecedentes, sin que los elementos adicionales permitan su plena diferenciación.

Al realizar la confrontación entre los signos **Ingelecgroup**, **Ingelec** e **Ingelectrica**, se advierte que todos ellos comparten la partícula “Ingelec”, la cual constituye el elemento de mayor recordación en cada conjunto y, por lo tanto, el que concentra la fuerza distintiva.

En el caso de Igelecgroup, la adición del vocablo “group” no le confiere distintividad suficiente, en tanto se trata de un término genérico ampliamente utilizado en el comercio para designar agrupaciones empresariales. De igual manera, la terminación “-trica” del signo Ingelectrica deriva de la palabra “eléctrica”, expresión de uso común en sectores relacionados con la energía o la tecnología, lo que le resta capacidad diferenciadora frente al elemento compartido.

De esta forma, las variaciones introducidas en las terminaciones de cada signo no logran contrarrestar la coincidencia en la partícula “**Ingelec**”, la cual domina la impresión de conjunto. Así, desde una perspectiva ortográfica y fonética, los signos analizados resultan altamente semejantes.

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 servicios<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> 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

Ref. Expediente N° SD2025/0015936

**Conexión competitiva**

El signo solicitado pretende distinguir:

**42:** Servicios tecnológicos, consultoría tecnológica e informática, servicios informáticos para proteger datos e información, diseño de software, y diseño industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

El signo previamente registrado y solicitado identifica:

**Expediente**

**Productos y servicios**

**SD2025/0021777** **(9):** Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación y control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión y reproducción de sonido e imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores; aparatos de alimentación eléctrica, cables eléctricos; equipos audiovisuales y de tecnologías de la información; imanes; amplificadores; cristales correctores [óptica],; aparatos e instrumentos de medición; aparatos de seguridad, protección y señalización; instrumentos de medición; aparatos e instrumentos de señalización..

**15206391** **(42):** investigación de nuevos productos, investigación, desarrollo y diseño de redes eléctricas externas e internas, diseño, desarrollo e investigación de redes de telecomunicaciones y comunicaciones, de nuevos productos y servicios en el área e telecomunicaciones, telecomunicaciones y redes eléctricas, análisis de proyectos de infraestructura eléctrica, comunicaciones, telecomunicaciones y redes eléctricas externas e internas, estudios e investigaciones en todo lo concerniente a comunicaciones, telecomunicaciones y redes eléctricas, consultoría en ámbito de las comunicaciones, telecomunicaciones, diseño e investigación en ingeniería eléctrica, realización de peritajes de ingeniería y redes eléctricas, asesoría y diseño y desarrollo de proyectos de la ingeniería eléctrica, los servicios de ingenieros que se encargan de evaluaciones, estimaciones e investigaciones, e informes sobre comunicaciones y telecomunicaciones y aéreas afines , proyectos de infraestructura eléctrica, tecnológica, comunicaciones y telecomunicaciones, reconstrucción implementación de ordenadores de bases de datos, consultaría profesional en aspectos de comunicaciones y

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 (dentrífico) 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° SD2025/0015936

telecomunicaciones, control de calidad, diseñadores y elaboración de software para ordenadores, diseñadores y elaboración de redes eléctricas estudios de proyectos técnicos, investigación y desarrollo de nuevos productos en el área de mercadeo, comunicaciones, telecomunicaciones y sector eléctrico y energético, orientación profesional en el área eléctrica y energético, programación de ordenadores, actualización de software, elaboración y alquiler de software y hardware, sitios web, actualización de software; sitios web - alojamiento en sitios informáticos; alquiler de ordenadores; alquiler de servidores web; alquiler de software; análisis de sistemas informáticos; análisis de sistemas eléctricos, comunicaciones y telecomunicaciones, servicios de protección eléctrica; consultoría en materia de comunicaciones, telecomunicaciones, redes eléctricas, consultoría en software; conversión de datos o documentos de un soporte físico a un soporte electrónico; conversión de datos y programas informáticos. Análisis de sistemas informáticos; servicios de protección informática servicios de protección de redes eléctricas.

#### **Clase 9 y 42 – expediente SD2025/0021777**

##### **Criterio de razonabilidad (posibilidad razonable de provenir del mismo empresario).**

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 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 conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, para lo cual tomaremos en consideración el criterio sustancial de la razonabilidad entre los productos.

Esta conexión (razonabilidad) se analiza desde la óptica del consumidor, el cual, teniendo en cuenta la realidad del mercado “(...) *puede asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión presentan un mismo origen empresarial*”.

Conforme a las dinámicas del mercado es razonable que un consumidor asuma los servicios comprendidos en la Clase 42 son prestados por el mismo empresario que ofrece los productos de la Clase 9 que identifica la marca previamente registrada. En efecto, el diseño y desarrollo de software es crucial para el funcionamiento de ordenadores, equipos de procesamiento de datos, software y otros dispositivos electrónicos, por lo que suelen ofrecerse por el mismo empresario.

Al igual es común que una empresa que diseña y desarrolla equipos informáticos y software también fabrique o comercialice aparatos tecnológicos, por lo que las empresas de tecnología suelen registrar marcas en ambas clases para proteger sus productos y servicios de manera integral.

En este orden de ideas, al aplicar la teoría de la interdependencia, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos y servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos y servicios, lo cual no se da en el presente caso.

#### **Frente a la Clase 42 15206391**

Ref. Expediente N° SD2025/0015936

En la confrontación entre los servicios solicitados y aquellos amparados por el registro previo en la clase 42, se observa que existen coincidencias que permiten afirmar la presencia de servicios **idénticos y similares**.

En efecto, los servicios solicitados de **diseño de software, consultoría tecnológica e informática y servicios informáticos para proteger datos e información** se encuentran también amparados en el registro previo, el cual protege de manera expresa la **elaboración y programación de software, actualización de software, consultoría en software y servicios de protección informática**.

De igual manera, los servicios solicitados de **diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software, así como diseño industrial**, resultan **similares** a los amparados en el registro anterior, toda vez que este protege, entre otros, la **elaboración y alquiler de software y hardware, análisis de sistemas informáticos, reconstrucción e implementación de ordenadores y bases de datos, proyectos tecnológicos y de infraestructura eléctrica y de telecomunicaciones**.

En consecuencia, del cotejo realizado se desprende que los servicios confrontados resultan **idénticos en lo relativo al diseño y consultoría en software, protección informática y servicios afines, y similares en lo que respecta al diseño industrial, desarrollo de hardware y proyectos tecnológicos**.

En este contexto entre los productos antes descritos, no es necesario acudir a los criterios de conexión competitiva de productos y servicios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, toda vez que más allá de cualquier similitud, los productos son **idénticos**.

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 **INGELECGROUP TECHNOLOGIES** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por **INGENIERIA ELECTRONICA DEL HUILA SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar de esta resolución a **INGENIERIA ELECTRONICA DEL HUILA SAS**, 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.

<sup>5</sup> 42: Servicios tecnológicos, consultoría tecnológica e informática, servicios informáticos para proteger datos e información, diseño de software, y diseño industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software.

Resolución N° 67226

Ref. Expediente N° SD2025/0015936

**ARTÍCULO TERCERO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 3 de septiembre de 2025



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**