

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 80450

Ref. Expediente N° SD2025/0000329

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 3 de enero de 2025, GEOVALORES SAS, solicitó el registro de la marca **Geovalores Academics** (Mixta) para distinguir comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1055, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

¹ **41:** Academias [educación]; asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en materia de educación y formación]; asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento sobre educación y formación]; clases personalizadas [educación y formación]; conducción de cursos de educación en materia de gestión de empresas; conducción de cursos de educación en materia de gestión de negocios; conducción de cursos de educación en materia de gestión empresarial; consultoría en formación, formación complementaria y educación; consultoría en materia de educación; educación; educación complementaria; educación de adultos; educación e instrucción; educación, enseñanza y formación; educación profesional; educación profesional para los jóvenes; educación sobre gestión de negocios; educación y enseñanza; educación y formación; educación y formación en materia de procesamiento electrónico de datos; formación y educación; mentoría [educación]; mentoría [educación y formación]; organización de concursos [educación o entretenimiento]; organización de cursos de educación en materia de gestión de empresas; organización de cursos de educación en materia de gestión de negocios; organización de cursos de educación en materia de gestión empresarial; organización y celebración de seminarios, talleres [educación], congresos, coloquios, cursos de formación a distancia y exposiciones con fines culturales; organización y dirección de conferencias en materia de educación; prestación de servicios de educación; servicios académicos de educación; servicios de consultoría en materia de educación y formación; servicios de educación e instrucción; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión de empresas; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión de negocios; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión empresarial; servicios de educación profesional; servicios de educación y formación; servicios de educación y formación en materia de gestión de negocios; servicios de educación y formación profesional; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; servicios de formación y educación profesional; servicios de instrucción y educación.

Ref. Expediente N° SD2025/0000329

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.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con una marca previamente registrada

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	Gestivalor	GESTIVALOR SAS	SD2017/0055331	11	41	Marca	Registrada	08 may. 2028

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° SD2025/0000329

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
 Geovalores Academics	

Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso 170-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 establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que entre los signos analizados existe una similitud ortográfica y fonética. En efecto, al apreciarlos en conjunto se advierte que el signo solicitado presenta claras semejanzas con el signo antecedente, sin que los elementos nominativos y gráficos adicionales permitan diferenciar claramente las marcas cotejadas.

En sustento de lo anterior, en el caso concreto encontramos que la marca solicitada en su componente nominativo, GEOVALORES, asemeja a la expresión que compone el signo registrado GESTIVALOR. En ese sentido, se observa que en el aspecto ortográfico los signos presentan claras semejanzas, lo que se aprecia en la sucesión de sílabas, su extensión, y, las coincidencias en las raíces y las terminaciones G-E-O-V-A-L-O-R-E-S / G-E-S-T-I-V-A-L-O-R, lo cual claramente influye en el aspecto fonético de los signos. En ese sentido, el consumidor podría interpretarlo como una variación de la marca que conoce o como una nueva línea de servicios del mismo empresario.

A la par, la adición de la palabra “ACADEMICS”, no se constituye en un elemento de diferenciación sustancial entre los signos cotejados, al tratarse de una expresión descriptiva en razón a los servicios que se busca distinguir, por lo tanto, la capacidad distintiva de la marca recae únicamente en la expresión GEOVALORES.



Ref. Expediente N° SD2025/0000329

Adicionalmente, es preciso mencionar que en el mercado es a través de las palabras como el consumidor adquiere productos y servicios, por tanto, el componente que recuerda en mayor medida es el elemento nominativo de los signos. Por lo tanto, la semejanza entre los nombres de las marcas es suficiente para generar riesgo de confusión, por lo tanto, a pesar de que el signo solicitado incorpora elementos gráficos distintos a los de la marca previamente registrada, estos no comportan la relevancia suficiente que permita a los consumidores diferenciar claramente las marcas cotejadas.

En consecuencia, el consumidor al encontrar los signos, Geovalores Academics / Gestivalor, los percibirá de manera similar, entiendo en las diferencias, innovaciones marcarias que provienen de un mismo origen empresarial, dada la relevancia del elemento nominativo asemejado.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 41: Academias [educación]; asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en materia de educación y formación]; asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento sobre educación y formación]; clases personalizadas [educación y formación]; conducción de cursos de educación en materia de gestión de empresas; conducción de cursos de educación en materia de gestión de negocios; conducción de cursos de educación en materia de gestión empresarial; consultoría en formación, formación complementaria y educación; consultoría en materia de educación; educación; educación complementaria; educación de adultos; educación e instrucción; educación, enseñanza y formación; educación profesional; educación profesional para los jóvenes; educación sobre gestión de negocios; educación y enseñanza; educación y formación; educación y formación en materia de procesamiento electrónico de datos; formación y educación; mentoría [educación]; mentoría [educación y formación]; organización de concursos [educación o entretenimiento]; organización de cursos de educación en materia de gestión de empresas; organización de cursos de educación en materia de gestión de negocios; organización de cursos de educación en materia de

⁴ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0000329

gestión empresarial; organización y celebración de seminarios, talleres [educación], congresos, coloquios, cursos de formación a distancia y exposiciones con fines culturales; organización y dirección de conferencias en materia de educación; prestación de servicios de educación; servicios académicos de educación; servicios de consultoría en materia de educación y formación; servicios de educación e instrucción; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión de empresas; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión de negocios; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión empresarial; servicios de educación profesional; servicios de educación y formación; servicios de educación y formación en materia de gestión de negocios; servicios de educación y formación profesional; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; servicios de formación y educación profesional; servicios de instrucción y educación.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2017/0055331, Clase 41: Asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en materia de educación y formación]; celebración de seminarios de formación; celebración de talleres de formación; coaching [formación]; consultoría en formación comercial; consultoría en formación y formación complementaria; consultoría en formación, formación complementaria y educación; consultoría en materia de formación; educación, enseñanza y formación; formación; formación de adultos; formación asistida por ordenador; formación complementaria; formación profesional; formación superior; impartición de cursos educativos, charlas, seminarios y programas de formación para jóvenes; impartición de cursos de formación; impartición de cursos de instrucción, educación y formación para jóvenes y adultos; información sobre educación; información sobre educación y actividades recreativas; organización de actividades de formación; organización de cursos de formación; organización de cursos de formación en institutos de enseñanza; organización de exposiciones con fines de formación; organización de programas de formación para jóvenes; organización de simposios y talleres de formación; organización de talleres y cursos de formación profesional; organización y celebración de conferencias, congresos, conciertos, simposios, seminarios, cursos de formación, clases y charlas; organización y celebración de conferencias, congresos, seminarios y talleres de formación; organización y celebración de conferencias, congresos, seminarios, simposios, cursos de formación, clases y charlas; organización y celebración de conferencias, convenciones, exposiciones educativas, clases, charlas, seminarios y talleres de formación; organización y celebración de cursos de formación; organización y celebración de seminarios, conferencias, cursos de formación y formación complementaria; organización y celebración de seminarios, talleres [educación], congresos, coloquios, cursos de formación a distancia y exposiciones con fines culturales; preparación y celebración de seminarios y talleres de formación; preparación, celebración y organización de talleres de formación; servicios de asesoramiento en materia de formación; servicios de consultoría en materia de educación y formación; servicios de consultoría relacionados con la educación y formación de personal directivo y no directivo; servicios de educación y formación; servicios de educación y formación lingüística; servicios de educación y formación en materia de gestión de negocios; servicios de educación y formación profesional; servicios de educación, formación y entretenimiento; servicios de formación a distancia; servicios de formación a distancia en línea; servicios de formación en gestión de proyectos; servicios de formación en línea; servicios de formación profesional; servicios de formación y formación complementaria; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de coloquios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de conferencias; servicios de información y consultoría en materia de preparación,

Ref. Expediente N° SD2025/0000329

celebración y organización de congresos; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de seminarios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de simposios; servicios de información y consultoría en materia de preparación, celebración y organización de talleres de formación; servicios de instrucción y formación; suministro de información en línea sobre esparcimiento o educación; suministro de información sobre formación; suministro de información y noticias en línea sobre capacitación laboral; consultoría en educación, formación y formación complementaria, así como en esparcimiento prestada por centros de atención telefónica y líneas de asistencia telefónica; consultoría en materia de educación; servicios de consultoría en temas académicos; educación; educación complementaria; servicios de educación académica; servicios de educación para adultos; servicios de enseñanza y educación..

Conexión competitiva servicios de la clase 41 de los signos enfrentados. (Identidad)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de servicios en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

En efecto, teniendo en cuenta la cobertura de los signos en conflicto no asiste duda sobre la conexidad competitiva directa entre los servicios que se pretenden identificar y aquellos distinguidos por el signo previamente registrado en la clase 41, toda vez que se trata del mismo tipo de servicios, esto es servicios de educación, servicios de asesoramiento y orientación profesional, consultoría en materia de educación, formación y celebración de seminarios, talleres [educación], congresos, coloquios, cursos de formación a distancia y exposiciones con fines culturales, y, servicios de enseñanza y educación. En ese sentido, el consumidor difícilmente podrá diferenciar los signos, al referirse en ambos casos del mismo tipo de prestaciones.

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 **Geovalores Academics** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por GEOVALORES SAS, por las razones expuestas en la parte motiva

⁵ 41: Academias [educación]; asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento en materia de educación y formación]; asesoramiento y orientación profesional [asesoramiento sobre educación y formación]; clases personalizadas [educación y formación]; conducción de cursos de educación en materia de gestión de empresas; conducción de cursos de educación en materia de gestión de negocios; conducción de cursos de educación en materia de gestión empresarial; consultoría en formación, formación complementaria y educación; consultoría en materia de educación; educación; educación complementaria; educación de adultos; educación e

Ref. Expediente N° SD2025/0000329

de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a GEOVALORES 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.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 8 de octubre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

instrucción; educación, enseñanza y formación; educación profesional; educación profesional para los jóvenes; educación sobre gestión de negocios; educación y enseñanza; educación y formación; educación y formación en materia de procesamiento electrónico de datos; formación y educación; mentoría [educación]; mentoría [educación y formación]; organización de concursos [educación o entretenimiento]; organización de cursos de educación en materia de gestión de empresas; organización de cursos de educación en materia de gestión de negocios; organización de cursos de educación en materia de gestión empresarial; organización y celebración de seminarios, talleres [educación], congresos, coloquios, cursos de formación a distancia y exposiciones con fines culturales; organización y dirección de conferencias en materia de educación; prestación de servicios de educación; servicios académicos de educación; servicios de consultoría en materia de educación y formación; servicios de educación e instrucción; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión de empresas; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión de negocios; servicios de educación por ordenador en el ámbito de gestión empresarial; servicios de educación profesional; servicios de educación y formación; servicios de educación y formación en materia de gestión de negocios; servicios de educación y formación profesional; servicios de enseñanza y educación; servicios de formación y educación; servicios de formación y educación profesional; servicios de instrucción y educación.