

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 82712

Ref. Expediente N° SD2025/0039163

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 28 de abril de 2025, PROPULSION BUSINESS SOLUTIONS S.A.S., solicitó el registro de la Marca CoheteXpert Business Sales Plan (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066, 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 irreregistrabilidad 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 irreregistrabilidad 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 **35:** Consultoría en materia de segmentación del mercado; administración de ventas; consultoría en gestión de ventas; consultoría sobre promoción de ventas; gestión de ventas; organización, establecimiento y supervisión de programas de incentivos promocionales y de ventas; promoción de ventas; prospección de ventas para terceros; servicios de gestión de ventas; servicios de modelos para publicidad o promoción de ventas; análisis comercial estratégico; análisis de datos comerciales; asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento en gestión comercial; asesoramiento en materia de gestión de la comercialización; asesoramiento en materia de planificación comercial; asistencia comercial; asistencia comercial operativa para empresas; asistencia de gestión y dirección a negocios comerciales; consultoría comercial; consultoría en estrategias comerciales; consultoría en gestión comercial; consultoría en materia de estrategias comerciales; consultoría en gestión de procesos organizacionales; consultoría sobre explotación comercial; consultoría sobre análisis comerciales; consultoría sobre gestión de procesos comerciales; consultoría sobre investigación comercial; consultoría sobre planificación comercial y continuidad de la actividad; desarrollo de estrategias comerciales; investigación comercial; investigaciones y estudios comerciales; servicios de consultoría comercial; servicios de consultoría comercial para empresas; servicios de consultoría en estrategias comerciales; servicios de consultoría en materia de estrategias comerciales; servicios de gestión comercial; consultoría de gestión de empresas; consultoría de gestión de negocios; consultoría de investigación de mercado; consultoría de negocios; consultoría de negocios a empresas; consultoría de organización y gestión de negocios; consultoría en estudios de mercado; servicios de investigación de las preferencias de los clientes.

42: Alojamiento de software como servicio [saas]; puesta a disposición temporal de aplicaciones y herramientas de software en línea; puesta a disposición temporal de software de gestión comercial no descargable; puesta a disposición temporal de software en línea no descargable; software como servicio [saas]; software como servicio [saas] que contienen software de gestión de bases de datos; software como servicio [saas] que contienen software para la gestión de bases de datos; consultoría técnica en desarrollo de productos; consultoría tecnológica; suministro en línea de software de gestión de las relaciones con los clientes no descargable.

Ref. Expediente N° SD2025/0039163

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 marcas previamente registradas

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

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...)"

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0039163

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado
Mixta	COHETE FESTIVAL	CORPORACIÓN ENLACE ESTRATÉGICO EE	SD2019/0040484	11	35	Marca	Registrada
Mixta	DE LÁPICES A COHETES	DE LÁPICES A COHETES S.A.S.	09037037	9	42	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

Análisis En Conjunto Durante 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 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”.

Elemento Predominante En Las Marcas Mixtas

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.

El signo solicitado es una marca de naturaleza mixta compleja conformada por las expresiones CoheteXpert Business Sales Plan escritas en una tipología especial de letra. La expresión CoheteXpert se ubica de manera preponderante en el conjunto dado su imagen y tamaño justo debajo del isotipo conformado por la representación gráfica de un



Ref. Expediente N° SD2025/0039163

cohete, esto es, un artefacto que se mueve en el espacio por propulsión a chorro y que se puede emplear como arma de guerra o como instrumento de investigación científica.

Los signos registrados son marcas mixtas complejas conformadas por las expresiones COHETE FESTIVAL y DE LAPICES A COHETES junto con isotipos que contienen la imagen de un cohete. La palabra COHETE refiere la idea citada en el párrafo que antecede.

De esta manera, al confrontar el factor sobresaliente de los signos en conflicto, se evidencia que son bastante semejantes por cuanto coinciden ideológicamente en tanto generan en la mente del consumidor la misma idea, a saber, un artefacto que navega por el espacio, esto es un término arbitrario para la reivindicación de los servicios pretendidos.

Ahora bien, aun cuando el signo solicitado omite la expresión FESTIVAL y DE LAPICES y la reemplaza por la palabra XPERT, estos cambios no representan un aspecto que le confiera una distintividad loable ya que parte de la marca previamente registrada se encuentra ortográficamente incluida dentro del signo solicitado sin que le agregue un elemento gramatical sustancial que lleve a su diferenciación semántica. Aunado a lo anterior las expresiones Business Sales Plan traducen plan de ventas empresarial tratándose de expresiones inapropiables para los servicios reivindicados.

En efecto, es indudable que la totalidad del signo pretendido hace alusión al mismo sentido conceptual al que hace referencia las marcas registradas. Así las cosas, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, llevando a que probablemente el consumidor pueda interpretar de forma errónea que el signo solicitado es una derivación del signo registrado, con unas variaciones secundarias (la disposición de la expresión y el isotipo también es afín), y que proviene del 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:

35: Consultoría en materia de segmentación del mercado; administración de ventas; consultoría en gestión de ventas; consultoría sobre promoción de ventas; gestión de ventas; organización, establecimiento y supervisión de programas de incentivos promocionales y de ventas; promoción de ventas; prospección de ventas para terceros; servicios de gestión de ventas; servicios de modelos para publicidad o promoción de ventas; análisis comercial estratégico; análisis de datos comerciales; asesoramiento comercial, servicios de información y consultoría; asesoramiento en gestión comercial; asesoramiento en materia de gestión de la comercialización; asesoramiento en materia de planificación comercial; asistencia comercial; asistencia comercial operativa para empresas; asistencia de gestión y dirección a negocios comerciales; consultoría comercial; consultoría en estrategias comerciales; consultoría en gestión comercial; consultoría en materia de estrategias comerciales; consultoría en materia de organización de empresas y de explotación comercial; consultoría sobre análisis comerciales; consultoría sobre gestión de procesos comerciales; consultoría sobre investigación comercial; consultoría sobre planificación comercial y continuidad de la actividad; desarrollo de estrategias comerciales; investigación comercial; investigaciones y estudios comerciales; servicios de consultoría comercial; servicios de consultoría comercial para

Ref. Expediente N° SD2025/0039163

empresas; servicios de consultoría en estrategias comerciales; servicios de consultoría en materia de estrategias comerciales; servicios de gestión comercial; consultoría de gestión de empresas; consultoría de gestión de negocios; consultoría de investigación de mercado; consultoría de negocios; consultoría de negocios a empresas; consultoría de organización y gestión de negocios; consultoría en estudios de mercado; servicios de investigación de las preferencias de los clientes.

42: Alojamiento de software como servicio [saas]; puesta a disposición temporal de aplicaciones y herramientas de software en línea; puesta a disposición temporal de software de gestión comercial no descargable; puesta a disposición temporal de software en línea no descargable; software como servicio [saas]; software como servicio [saas] que contienen software de gestión de bases de datos; software como servicio [saas] que contienen software para la gestión de bases de datos; consultoría técnica en desarrollo de productos; consultoría tecnológica; suministro en línea de software de gestión de las relaciones con los clientes no descargable.

El signo previamente registrado identifica :

Expediente SD2019/0040484 clase 35: Asesoramiento comercial sobre marketing; asesoramiento comercial sobre publicidad; asesoramiento en materia de publicidad y de negocios; asesoramiento y asistencia en gestión de negocios; asesoramiento y consultoría en negocios; celebración de ferias comerciales; consultoría en estrategia comercial; consultoría en estrategia de comunicación [publicidad]; consultoría en marketing; consultoría en materia de negocios; consultoría en materia de negocios e información comercial para empresas; consultoría en materia de publicidad; consultoría en materia de publicidad y de gestión de negocios; consultoría en materia de segmentación del mercado; consultoría sobre dirección de negocios; consultoría sobre organización de negocios; consultoría sobre organización y dirección de negocios; consultoría y asesoramiento sobre estrategias empresariales; difusión de anuncios; difusión de material de marketing y publicitario; difusión de material publicitario y promocional; elaboración de estrategias de marketing; elaboración de informes comerciales; encuestas, análisis y estudios de mercado; evaluaciones estadísticas sobre datos de estudios de mercado; gestión administrativa externalizada para empresas; gestión de información comercial; gestión de proyectos comerciales; gestión y administración de empresas; gestión y administración de proyectos comerciales; marketing; marketing y actividades promocionales en materia de administración y gestión de negocios comerciales; obtención de contratos de compra y de venta de productos; organización de actividades publicitarias; organización y celebración de ferias, eventos y exposiciones con fines comerciales o publicitarios; preparación de anuncios publicitarios por cuenta de terceros; preparación de transacciones comerciales para terceros, a través de tiendas en línea; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta al por menor; promoción y realización de exposiciones comerciales; publicidad; recopilación y análisis de datos y de información relacionados con la dirección de empresas; servicios de administración comercial y de consultoría en negocios; servicios de agencias de publicidad; servicios de anuncios publicitarios, marketing y publicidad; servicios de asesoramiento en marketing; servicios de asesoramiento, consultoría e información comerciales; servicios de consultoría en adquisición de productos y servicios; servicios de consultoría en anuncios publicitarios, publicidad y marketing; servicios de consultoría e información en materia de negocios; servicios de consultoría en gestión de centros de atención telefónica; servicios de consultoría y asesoramiento en gestión de negocios; servicios de estrategia de marcas; servicios de gestión y consultoría en negocios comerciales; servicios de información publicitaria y comercial; servicios de modelos para publicidad o promoción de ventas; servicios de planificación publicitaria; servicios de posicionamiento de marcas; servicios de publicidad y promoción; servicios de

Resolución N° 82712

Ref. Expediente N° SD2025/0039163

publicidad y promoción de ventas; servicios de publicidad, marketing y promoción; servicios publicitarios para terceros; trabajos de oficina..

Expediente 09037037, clase 42: servicios científicos y tecnológicos así como servicios de investigación y diseño relativos a ellos; servicios de análisis y de investigación industrial; diseño y desarrollo de ordenadores y programas de ordenadores y software.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos 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 ubicados en las mismas clases del nomeclador internacional.

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 CoheteXpert Business Sales Plan (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por PROPULSION BUSINESS SOLUTIONS S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca CoheteXpert Business Sales Plan (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por PROPULSION BUSINESS SOLUTIONS S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 15 de octubre de 2025

Ref. Expediente N° SD2025/0039163



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS