

advocat

Bogotá D.C., 4 de noviembre de 2025

Doctora:

CAROLINA SÁNCHEZ PEREA

Coordinadora Grupo de Trabajo de Forma

Delegatura de Propiedad Industrial

Superintendencia de Industria y Comercio

E.

S.

D.

Referencia: Oposición de terceros

Expediente: SD2025/0025664

Denominación: Vatio by Kaalpanik



Clase 6, 9, 11, 21, 35

Solicitante: Kaalpanik Colombia S.A.S

Opositor Vatia S.A.S. E.S.P.

VÍCTOR AYALDE LEMOS identificado con la cédula de ciudadanía número 1.130.609.358 y titular de la tarjeta profesional de abogado número 209.953 del Consejo Superior de la Judicatura, en mí calidad de apoderado especial de la sociedad **Vatia S.A.S. E.S.P.**, identificada con NIT 817.001.892 ("**Vatia**" o la "**Compañía**"), presento oposición en contra de la solicitud de registro de la marca Vatio by Kaalpanik (mixta) en las clases 6, 9, 11, 21, 35, cuyo solicitante corresponde a Kaalpanik Colombia S.A.S.

I. OPORTUNIDAD

La solicitud marcaría "Vatio by Kaalpanik" (mixta) fue publicada el 18 de septiembre de 2025 mediante la Gaceta 1079, por lo que la presente oposición se presenta de manera oportuna al presentarse dentro de los 30 días hábiles después de su publicación de acuerdo con el artículo 146 de la Decisión 486 de Comunidad Andina.

II. PETICIONES

PRIMERA. – Que se declare fundada la oposición formulada contra la solicitud de registro de la marca "Vatio by Kaalpanik" (mixta) para distinguir los productos y servicios comprendidos dentro de las Clases 6, 9, 11, 21 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza.

advocat

SEGUNDA. – Como consecuencia de lo anterior, se niegue el registro de la marca “Vatio by Kaalpanik” (mixta) para distinguir los productos y servicios comprendidos dentro de las Clases 6, 9, 11, 21 y 35, como se evidencia en la siguiente tabla:

Marca	Clases	Solicitante	Fecha de publicación
VATIO by Kaalpanik 	6, 9, 11, 21 y 35	Kaalpanik Colombia S.A.S	18 de septiembre de 2025

III. FUNDAMENTOS DE HECHO

- 3.1. En la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1079 de 2025 se publicó la solicitud de registro de la marca VATIO by Kaalpanik (mixta) para distinguir los productos y servicios de la Clases 6, 9, 11, 21 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por Kaalpanik Colombia S.A.S.
- 3.2. La sociedad Vatia S.A.S. E.S.P., es el titular de la siguiente familia marcaria, la cual es indicada a continuación:

Tabla No.1

Expediente	Marca	Clases	No. Certificado	Vigencia
	VATIA			
10059760	 VATIA	7	413294	28 oct. 2030
10059763	 VATIA	35	417712	25 ene. 2031
10059764	 VATIA	37	417713	25 ene. 2031
10059767	 POWERGY BY VATIA	40	417714	25 ene. 2031
SD2023/0096193		9	771635	15 ene. 2035

advocat

- 3.3. Considerando que mi poderdante es el titular de las marcas antes señaladas, está legitimado para presentar oposiciones frente a solicitudes marcarias posteriores idénticas o similares que identifican los mismos productos y servicios o se relacionan, tal y como se demostrará en el presente escrito, pues el registro del signo “VATIO by Kaalpanik” (mixta) en las clases 6, 9, 11, 21 y 35 podría infringir los derechos de propiedad industrial de mi poderdante.

IV. FUNDAMENTOS DE DERECHO

- 4.1. Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.
- 4.2. Artículo 146 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

V. ARGUMENTOS DE LA OPOSICIÓN

A continuación, se expondrán cada uno de los argumentos que demuestran que el registro de la marca VATIO by Kaalpanik (mixta) para identificar los productos y servicios de las clases 6, 9, 11, 21 y 35, por ser similarmente confundible a la marca registrada “Vatia” (mixta) en las clases 7, 9, 35, 37 y 40.

5.1. Vatia S.A.S. E.S.P posee una familia marcaría.

El Tribunal de la Comunidad Andina ha definido la familia marcaria de la siguiente manera:

“Una familia de marcas es un conjunto de signos que pertenece a un mismo titular y que poseen un rasgo distintivo común, mediante el cual el público consumidor las asocia entre sí y las relaciona con un mismo origen empresarial”¹

En virtud de lo anterior, es preciso señalar que el registro múltiple de varias marcas que comparten un mismo elemento distintivo bajo la titularidad de un mismo solicitante se encuentra permitido, siempre que dicho elemento sea distintivo. En el presente caso, el elemento común es la expresión “Vatia”, la cual dota de fuerza distintiva a la familia marcaria, siendo el componente predominante dentro de cada una de las solicitudes presentadas.

A manera de referencia, a continuación, se relacionan los registros marcarios que conforman la familia marcaria bajo la titularidad de Vatia S.A.S. E.S.P, los cuales comparten el elemento característico “Vatia”:

Tabla No.2

¹ Tribunal de la Comunidad Andina, Proceso 25-IP-2022

advocat

Expediente	Marca	Clases	No. Certificado	Vigencia
10059760	VATIA 	7	413294	28 oct. 2030
10059763	VATIA 	35	417712	25 ene. 2031
10059764	VATIA 	37	417713	25 ene. 2031
10059767	VATIA 	40	417714	25 ene. 2031
SD2023/0096193	POWERGY BY VATIA 	9	771635	15 ene. 2035

Esta circunstancia permite concluir que los consumidores podrían ser inducidos a asociar entre sí los signos que comparten el elemento distintivo “Vatia” en su denominación, atribuyéndoles un mismo origen empresarial en atención a que es el elemento distintivo de la familia marcaria de mi representada.

5.2. Confundibilidad entre los signos enfrentados.

El signo solicitado no puede ser concedido, en la medida que está enmarcado en la causal de irreregistrabilidad del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

Para efectos del presente análisis, es pertinente recordar que el Tribunal de la Comunidad Andina ha desarrollado una serie de criterios generales para la comparación de signos distintivos, los cuales deben ser analizadas por cada órgano competente. Dichos criterios son los siguientes:

***Regla 1.** La comparación debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman los signos en conflicto.*

***Regla 2.** La comparación se debe emplear el método del cotejo sucesivo; esto es, se debe analizar un signo y después el otro.*

***Regla 3.** El análisis debe enfatizar las semejanzas y no las diferencias*

advocat

Regla 4. *Al realizar la comparación es importante colocarse en el lugar del consumidor y tomar en cuenta su grado de percepción”.*²

Adicionalmente, teniendo en cuenta que los signos objeto de examen son marcas mixtas, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha precisados los criterios que deben emplearse al momento de realizar su correspondiente cotejo, señalando lo siguiente así:

*“En el análisis de signos mixtos se deberá determinar cuál de sus elementos – denominativo o gráfico – genera mayor influencia en la mente del consumidor. Así, la oficina nacional deberá determinar, en el caso concreto, si el elemento denominativo del signo mixto es el más relevante, característico o determinante; o, si lo es el elemento gráfico, o si lo son ambos teniendo en cuenta para el efecto la capacidad expresiva propia del lenguaje escrito, el tamaño, color y ubicación de los elementos gráficos y si además el elemento gráfico es susceptible de evocar conceptos o si se trata únicamente de un elemento abstracto”*³.

En el caso bajo estudio, se observa que el elemento preponderante en ambos signos es el denominativo, dado que los consumidores identificarán las marcas Vatia (mixta) y Vatio by Kaalpanik (mixta) principalmente por su denominación y no por sus elementos gráficos. Lo anterior, tomando en cuenta que, si bien la marca mixta constituye una unidad, su fuerza distintiva suele estar en el componente denominativo al facilitar su identificación y recordación entre los consumidores⁴.

En atención a lo anterior, el cotejo marcario debe efectuarse de conformidad con los criterios de la comparación de los signos nominativos, considerando las siguientes reglas:

“Regla 1. *Debe analizarse cada signo de manera integral y en su conjunto.*

Regla 2. *Debe establecerse si los signos en conflicto comparten un mismo lexema o raíz léxica.*

Regla 3. *Debe tenerse en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, pues si ocupa la misma ubicación, es idéntica o muy difícil de distinguir.*

Regla 4. *Debe observarse el orden de las vocales.*

² Tribunal de la Comunidad Andina, Proceso 350-IP-2022

³ Tribunal de la Comunidad Andina, Proceso 391-IP-2022

⁴ Tribunal de la Comunidad Andina, Proceso 261-IP-2022

advocat

Regla 5. Debe determinarse cuál es el elemento que genera mayor influencia en la mente del consumidor.”

De una comparación sucesiva simple se evidencia que existe una alta similitud fonética, ortográfica y conceptual entre los signos enfrentados. Aunque la marca solicitada incorpora la expresión “by Kaalpanik”, esta debe excluirse del cotejo marcario. Toda vez que constituye una expresión descriptiva que alude al origen empresarial, careciendo de capacidad distintiva propia.

Adicionalmente, el término “Vatio” es el elemento de mayor impacto en la mente del consumidor, por cuanto es el componente visible, preponderante y distintivo que se emplea en la promoción comercial, publicaciones y página web del solicitante, como se demostrará a en la siguiente tabla:

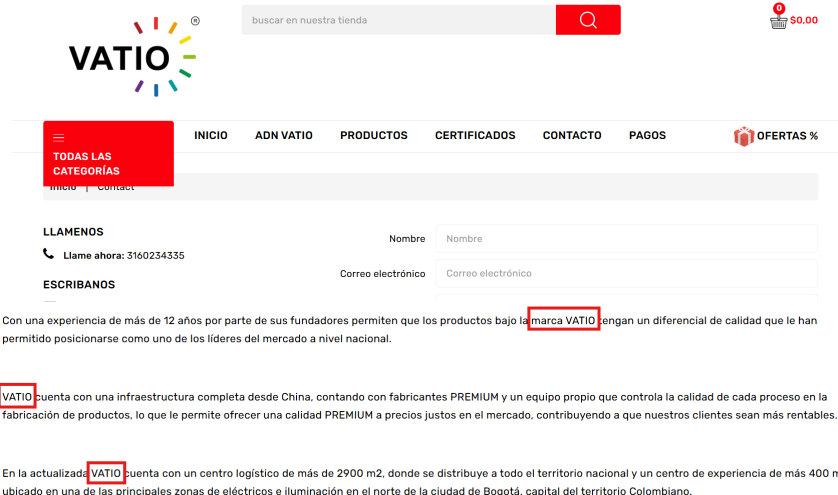
Tabla No.3

Fuente	Soportes		
Instagram ⁵			
Electrificadora ⁶			

⁵ Instagram (2025) Disponible en la página web <https://www.instagram.com/vatio.led/>

⁶ Electrificadora (2025). Disponible en la página web <https://electrificadoracapital.com/productos>

Página oficial de Vatio⁷



Descripción en la página web de Vatio⁸

Aviso de privacidad disponible en la página web de Vatio.

Política de privacidad disponible en la página web de Vatio.

Términos del servicio

	POLÍTICA PARA EL TRATAMIENTO Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y AVISO DE PRIVACIDAD		Código	PO-GG-02
			Fecha	23-04-2024
			Versión	1
	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		Página	14 de 15

Política de privacidad

	POLÍTICA PARA EL TRATAMIENTO Y PROTECCIÓN DE DATOS PERSONALES Y AVISO DE PRIVACIDAD		Código	PO-GG-02
			Fecha	23-04-2024
			Versión	1
	SISTEMA INTEGRADO DE GESTIÓN		Página	1 de 15

1. OBJETIVO: Con la entrada en vigencia de la ley 1581 de 2012 y el decreto 1074 de 2015, cuyo objeto es desarrollar el principio constitucional que tienen todas las personas a: conocer, actualizar y rectificar todo tipo de información recogida en bases de datos, la Sociedad KAALPANIK COLOMBIA S.A.S., identificada con NIT No. 900.962.657-0.

En consecuencia, y considerando que la expresión "by Kaalpanik" no aporta distintividad relevante, se advierte que los signos Vatia y Vatio by Kaalpanik son prácticamente idénticos, variando únicamente en la sustitución de la vocal "a" por la vocal "o", así:

Marca solicitada	Marca registrada
Vatio	Vatia

⁷ E-vatio (2025). Disponible en la página web <https://www.e-vatio.com/pages/iluminacion-led-en-colombia>

⁸ Ibidem

advocat

Por todo lo anterior, se concluyó que el registro de la marca “Vatio by Kaalpanik” podría generar un riesgo de confusión y/o asociación en los consumidores, al reproducir casi de manera íntegra la denominación “Vatia”, previamente registrada para identificar productos y servicios en las clases 7, 9, 35, 37 y 40. Toda vez que, dicha solicitud es susceptible de inducir a error a los consumidores, llevando a creer que los productos y servicios provienen de un mismo empresario o que existe algún tipo de vinculación comercial entre los titulares.

5.2.1. Similitud ortográfica:

En relación con la similitud ortográfica sobre los signos objeto de conflicto, la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado lo siguiente:

“Se refiere a la semejanza en la escritura de los signos en conflicto desde el punto de vista de su composición; esto es, tomando en cuenta, entre otros el orden o la secuencia de las letras, con especial atención en las vocales, la longitud de la o la palabra, el número de sílabas, las raíces o las terminaciones comunes de los signos en conflictos, las cuales pueden inducir en mayor o menor grado a que el riesgo de confusión sea más evidente u obvio”⁹.

Las marcas objeto de conflicto presenta una notoria semejanza en el ámbito ortográfico, en tanto que comparten la misma longitud, secuencia de consonantes, número de letras y número de sílabas, así como una raíz léxica coincidente, lo que genera una fuerte impresión de similitud en el consumidor medio. Los anteriores resultados, se evidencia a través del siguiente cuadro:

Tabla No.4

Criterio	Marca solicitada	Marca registrada
Secuencia de letras	VATIO	VATIA
Secuencia de vocales	A-I-O	A-Í-A
Secuencia de consonantes	V-T	V-T
Longitud de la marca	5	5
Número de sílabas	2	2
Raíz	VA	VA
Terminación	TIO	TIA

En consecuencia, se evidencia que la marca solicita VATIO by Kaalpanik (mixta) resulta altamente semejante en el ámbito gramática a la marca previamente registrada Vatia (mixta), toda vez que ambas coinciden en su estructura lingüística. Estas coincidencias facilitan que el consumidor

⁹ Proceso 350-IP-2022

advocat

identifique erróneamente el signo solicitado como una simple variación o extensión de la marca de mi representada.

5.2.2. Similitud fonética

Respecto a la similitud fonética, el Tribunal de la Comunidad Andina, ha precisado que:

"Se refiere a la semejanza de los sonidos de las letras, número, sílabas o palabras que conforman los signos en conflicto. La determinación de tal similitud depende, entre otros elementos, de la identidad en la sílaba tónica o de las coincidencias en las raíces o terminaciones de las palabras; sin embargo, también debe tenerse en cuenta las particularidades de cada caso, con el fin de determinar si existe la posibilidad real de confusión entre los signos confrontados, entre otros, sobre la base de los aspectos fonéticos".¹⁰

A la luz de este criterio, si bien los signos difieren en una vocal, dicha variación no constituye una modificación sustancial desde el punto de vista fonético, pues ambos signos conservan la misma raíz léxica y una pronunciación prácticamente idéntica.

En efecto, al ser pronunciadas, las marcas Vatia y Vatio generan una sonoridad semejante, comparten la misma sílaba tónica inicial y mantienen un riesgo silábico equivalente. Esta similitud fonética aumenta la probabilidad de confusión entre los consumidores, quienes podrían verse inducidos a error al asociar la marca solicitada con la registrada previamente, bajo la percepción que pronuncien del mismo origen empresarial.

De acuerdo con lo anterior, se concluye que la semejanza en la estructura y en la sonoridad de los signos confrontados podría materializar un riesgo efectivo de confusión y/o asociación en los consumidores.

5.2.3. Similitud conceptual o ideológica

En relación con el ámbito conceptual, el Tribunal de la Comunidad lo ha definido esta categoría en los siguientes términos:

"Se produce entre signos que evocan la misma o similar idea, que derivan del contenido o del parecido conceptual de los signos. Por tanto, cuando los signos representan o evocan una misma cosa, característica o idea, se podría impedir al consumidor distinguir una de otra."¹¹

¹⁰ Proceso 391-IP-2022

¹¹ Proceso 350-IP-2022

advocat

Desde un punto de vista conceptual o ideológica, se advierte que las denominaciones “Vatio” y “Vatia” evocan ideas estrechamente vinculadas al ámbito de la energía eléctrica y la iluminación, en tanto que el término “Vatio” corresponde a una unidad de medida potencia eléctrica, cuyo símbolo es “W” en el Sistema Internacional de Unidades, empleada para cuantificar la energía o potencia.

Por su parte, aunque la expresión “Vatia” no posee un significado propio en el idioma castellano, el consumidor medio tenderá a asociarla con la misma idea de energía o potencia eléctrica, infiriendo así un vínculo conceptual directo entre ambos signos.

Adicionalmente, debe resaltarse que la familia marcaria de mi representada se encuentra compuesta por signos distintivos que identifican productos y servicios vinculados al sector energético y de la iluminación, lo que refuerza la evocación conceptual en torno a la unidad de medida de energía ampliamente reconocida por los consumidores,

Esta coincidencia refuerza el riesgo de confusión y/o asociación en los consumidores, en tanto que estos elementos pueden inducir razonablemente a los consumidores a suponer que los signos pertenecen a un mismo grupo empresarial dentro del sector energético.

5.2.4. Similitud gráfica:

En cuanto al aspecto gráfico, Tribunal de la Comunidad Andina ha sostenido lo siguiente:

“Se refiere a la semejanza de los elementos gráficos de los signos en conflicto, tomando en cuenta los trazos del dibujo, el objeto que representa o el concepto que evocan”¹²

Antes de realizar el cotejo gráfico de las marcas, debe señalarse nuevamente la regla jurisprudencial según la cual la marca mixta constituye una unidad, comprendiendo los elementos tanto denominativos como figurativos que la integran. No obstante, cuando el elemento denominativo es el predominante, este adquiere mayor relevancia en la percepción global del consumidor¹³. Por lo anterior, el siguiente cuadro incluye tanto los elementos denominativos como gráficos de cada una de las marcas objeto de cotejo marcario:

Tabla No.3

Marca solicitada	Marca registrada
Vatio by Kaalpanik	Vatia

¹² Proceso 261-IP-2022

¹³ Proceso 145-IP-2022

advocat



A primera vista, al observar las marcas, se advierte que el elemento preponderante en ambos signos es el denominativo, el cual domina visualmente el conjunto y concentra la atención del consumidor.

Si bien se identifican diferencias secundarias en aspectos como colores, tipografía y trazos, estas variaciones no son suficiente para demostrar la distintividad de la marca, Puesto que el elemento central del signo solicitado continúa siendo la denominación “Vatio”, sustancialmente semejante al signo de mi poderdante. Por tanto, al mantener un elemento denominativo prácticamente idéntico y no incorporar un componente grafico que modifique su impacto visual o que le otorgue singularidad suficiente, la marca solicitada reproduce en esencial la identidad vidual de la marca previamente, generando similitud en el ámbito gráfico.

Por lo anterior, las marcas objeto de cotejo presentan similitudes sustanciales en los ámbitos ortográfico, fonético, gramatical al no incluir ningún elemento que lo haga único que le otorgue suficiente distintividad para permitirle al consumidor distinguirlo o diferenciarlo del signo previamente registrada por mi representada, también se evidenciarán semejanzas en el ámbito gráfico sobre ambas solicitudes.

5.2.5. Las marcas son competitivamente conexas.

Ahora bien, entre los signos enfrentados se advierte la existencia de conexidad competitiva, en tanto que, además de identificar ambos signos servicios comprendidos en la clase 35, los productos y servicios que ampara las respectivas solicitudes presentan una relación de sustitución, complementariedad o pertenencia a un mismo mercado, conforme una apreciación razonable del consumidor medio.

De acuerdo con la jurisprudencia del Tribunal de la Comunidad Andina, para determinar la existencia de vinculación, conexión o relación entre los signos productos o servicios comprendidos, debe considerarse, entre otros, los siguientes criterios¹⁴: (i) el grado de sustitución (*intercambiabilidad*) entre los productos; (ii) la *complementariedad* entre los productos y servicios; (iii) la posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen de un mismo empresario (*razonabilidad*).

¹⁴ Proceso 19- IP-2022

advocat

A manera referencia, los productos y servicios comprendidas por los signos cotejados se resumen en la siguiente tabla:

Tabla No.3

Descripción de los productos y servicios de la marca solicitada Vatio by Kaalpanik (mixta)	Descripción de los productos y servicios de la marca registrada Vatia (mixta)
6. Perfiles de aluminio extruido; perfiles metálicos conformados; perfiles metálicos decorativos.	7. Máquinas y máquinas herramientas; motores (excepto motores para vehículos terrestres); acoplamientos y elementos de transmisión (excepto para vehículos de la corriente eléctrica; dispositivos de control de la energía [eléctricos]; sensores de movimiento; <u>sensores eléctricos</u> o incubadoras de huevos; generadores de <u>electrónicos</u> ; paneles solares; interruptores de luz; tapas de seguridad para tomas de corriente eléctrica; tapas especiales para tomas de corriente; tapas para tomas de alimentación de corriente eléctrica; protectores de sobrevoltaje; reguladores de voltaje; sensores de infrarrojos; sensores de alarma; sensores de calor; timbres eléctricos; equipos de producción y distribución de timbres electrónicos; enchufes y tomas de corriente eléctrica; detectores de humo; detectores de humo con alarma; tapas de enchufe; tapas de toma de corriente; detectores de infrarrojos; aparatos de control de alumbrado; <u>aparatos fotovoltaicos para producir electricidad</u> ; aparatos fotovoltaicos para transformar la radiación solar en energía eléctrica; módulos fotovoltaicos; paneles electroluminiscentes.
9. Guantes aislantes; dispositivos de control de la corriente eléctrica; dispositivos de control de la energía [eléctricos]; sensores de movimiento; <u>sensores eléctricos</u> o incubadoras de huevos; generadores de <u>electrónicos</u> ; paneles solares; interruptores de luz; tapas de seguridad para tomas de corriente eléctrica; tapas especiales para tomas de corriente; tapas para tomas de alimentación de corriente eléctrica; protectores de sobrevoltaje; reguladores de voltaje; sensores de infrarrojos; sensores de alarma; sensores de calor; timbres eléctricos; equipos de producción y distribución de timbres electrónicos; enchufes y tomas de corriente eléctrica; detectores de humo; detectores de humo con alarma; tapas de enchufe; tapas de toma de corriente; detectores de infrarrojos; aparatos de control de alumbrado; <u>aparatos fotovoltaicos para producir electricidad</u> ; aparatos fotovoltaicos para transformar la radiación solar en energía eléctrica; módulos fotovoltaicos; paneles electroluminiscentes.	35. Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; en particular aquellos relacionados con la energía.
11. <u>Aparatos de alumbrado, calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias; accesorios de</u>	37. Servicios de construcción; servicios de reparación; servicios de instalación; en particular aquellos relacionados con equipos de producción y distribución de energía.
	40. Tratamiento de materiales; en particular de la producción de energía.

advocat

lámparas eléctricas; casquillos de lámparas eléctricas [portalámparas]; filamentos de lámparas eléctricas; lámparas alimentadas por energía solar; lámparas [aparatos de iluminación]; lámparas [aparatos de iluminación] para decoraciones festivas; lámparas colgantes; lámparas con reflector; lámparas de infrarrojos que no sean para uso médico; lámparas de suelo; lámparas de uso exterior; lámparas de vela; lámparas eléctricas; lámparas fluorescentes; lámparas led; luces con sensores de movimientos; faroles de alumbrado; bombillas para lámparas; reflectores de lámparas; tubos de lámparas; dispositivos de iluminación y reflectores de alumbrado; focos reflectores; luces y reflectores de alumbrado; extractores [ventilación o aire acondicionado]; alumbrado de emergencia [aparatos de iluminación alimentados por batería]; aparatos de iluminación; aparatos de iluminación a ledes; aparatos de iluminación con diodos electroluminiscentes [led]; aparatos de iluminación con diodos electroluminiscentes [ledes]; aparatos de iluminación con led; aparatos de iluminación con ledes; aparatos de iluminación de diodos electroluminiscentes [led]; aparatos de iluminación de diodos electroluminiscentes [ledes]; aparatos de iluminación de techo; aparatos de iluminación eléctrica; aparatos de iluminación eléctricos; aparatos de iluminación eléctricos decorativos; aparatos de iluminación eléctricos decorativos para uso en jardines; aparatos de iluminación eléctricos decorativos para

advocat

uso en patios; aparatos de iluminación fluorescentes; aparatos de iluminación para uso comercial; aparatos de iluminación para uso doméstico; aparatos de iluminación para vitrinas; lámparas [aparatos de iluminación] decorativas para fiestas; luces de emergencia [aparatos de iluminación alimentados por batería]; pistas de iluminación [aparatos de iluminación]; rieles de iluminación [aparatos de iluminación]; soportes para aparatos de iluminación; bombillas de diodos electroluminiscentes; bombillas de diodos electroluminiscentes [led]; bombillas de diodos electroluminiscentes [ledes]; bombillas de iluminación; bombillas de iluminación ledes; bombillas de led; bombillas de ledes; bombillas fluorescentes; bombillas halógenas; bombillas inteligentes; lámparas de iluminación; lámparas de iluminación de luz indirecta; lámparas de seguridad led; lámparas de suspensión; lámparas de trabajo; lámparas de trabajo a led; lámparas de trabajo a ledes; lámparas de trabajo en cuanto tubos fluorescentes; lámparas decorativas para fiestas; lámparas descendentes; lámparas eléctricas incandescentes; lámparas fluorescentes de emergencia; lámparas fluorescentes de roscas; lámparas fluorescentes de trabajo; lámparas incandescentes; lámparas murales; lámparas para acuarios; lámparas para la iluminación; lámparas solares; rieles para lámparas; soportes de lámparas; unidades de lámparas solares; sistemas de iluminación con focos sobre rieles; aparatos y dispositivos de iluminación; dispositivos de iluminación para vitrinas; dispositivos de

advocat

iluminación sobre rieles; difusores de luz; alumbrado de jardines; alumbrados de jardines.

21. Utensilios para uso doméstico.

35. Comercialización de productos; comercialización por internet; servicios de venta al por mayor de iluminación; servicios de venta al por mayor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta al por menor de herramientas manuales para la construcción; servicios de venta al por menor de iluminación; servicios de venta al por menor de instalaciones sanitarias; servicios de venta al por menor de utensilios manuales para la construcción; servicios de venta al por menor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta al por menor y al por mayor de materiales de construcción no metálicos; servicios de venta mayorista en relación con aparatos de alumbrado; servicios de venta minorista en relación con aparatos de alumbrado; servicios de venta minorista en relación con artículos de ferretería metálicos.

Con base en lo anterior, se evidencia la existencia de conexidad competitiva entre las marcas enfrentadas, en la medida en que operan dentro del mismo entorno comercial y comparten canales de comercialización, proveedores y consumidores, como se detalla a continuación por cada clase analizada:

- **Clase 6:** Si bien los productos de la marca de mi representa no incluyen perfiles de aluminio ni metálicas, y por tanto no son bienes sustitutos al no satisfacer idéntica necesidad del consumidor si se configura una relación de complementariedad. Lo anterior, tomando en cuenta que los perfiles metálicos resultan necesarios para el embalaje, soporte y estructura de las máquinas, motores, instrumentos agrícola, incubadoras y generadores de energía comercializados bajo la marca Vatia (mixta). Por consiguiente, ambos sinos se vinculan funcionalmente dentro de la cadena productos, a estableciéndose una complementariedad entre los bienes de la clase 5 y los productos de la clase 7.

advocat

- **Clase 9:** En esta clase se incluyen los productos indispensables para la prestación del servicio de energía, tales como tapas de seguridad para tomas de corriente eléctrica, aparatos fotovoltaicos, módulos y pables solares, interruptores y demás dispositivos eléctricos.

Estos bienes constituyen insumos esenciales para la instalación y operación de sistemas de generación y distribución eléctrica, coincidiendo así en el mismo mercado relevante que los productos y servicios energéticos de la marca Vatia (mixta).

Aunque los productos no son estrictamente sustitutos, su relación de complementariedad es directa y necesaria, pues sin los aparatos y equipos identificados en la clase 9 no es posible la prestación del servicio energético.

- **Clase 11.** Dentro de los productos que comprenden esta clase se incluyen: las lámparas, los aparatos de iluminación, aparatos de calefacción, producción de vapor, cocción, refrigeración, secado, ventilación y distribución de agua, así como instalaciones sanitarias; accesorios de lámparas eléctricas requieren de la energía para ser usado por el consumidor, los cuales dependen funcionalmente del suministro de energía para su uso.

En ese sentido, también existe una relación de complementariedad evidente entre estos productos y los servicios energéticos amparados por la marca "Vatia" (mixta), al requerir el mismo tipo de energía para su funcionamiento. Adicionalmente, los productos de la clase 11 y 35 pertenecen al mismo mercado, en la medida que son comercializados frecuentemente dentro de los mismos canales de distribución.

- **Clase 21:** En este punto, se evidencia una conexidad competitiva entre el servicio de suministro de energía y los utensilios de uso doméstico, toda vez que estos últimos dependen directamente del primero para su funcionamiento y aprovechamiento por parte del consumidor. Lo anterior, considerando que los productos como hornos eléctricos, licuadoras, planchas, ventiladores, aspiradoras y demás utensilios domésticos requieren del flujo constante de energía eléctrica para cumplir su finalidad.

Por lo tanto, aunque no son bienes sustitutos, sí existe una relación de complementariedad entre los productos de la clase 21 y los servicios de la clase 35 y 37 puesto que es esencial el uso de la energía para el funcionamiento de los utensilios domésticos.

- **Clase 35.** Ambas marcas identifican servicios comprendidos en la clase 35, configurándose una conexión directa por cuanto ambos signos amparan la comercialización de productos vinculados con la energía su construcción.

advocat

En particular la marca solicitada Vatio by Kaalpanik (mixta) incluye dentro de su descripción la venta de aparatos de alumbrado, artículos de ferretería y utensilios manuales para la construcción de bienes, los cuales son necesarios para la prestación de los servicios energéticos amparados por la marca Vatia (mixta).

En consecuencia, es evidente la relación de complementariedad entre los servicios. Asimismo, ambas marcas pertenecen al mismo mercado al compartir los mismos canales de comercialización., configurándose así una conexidad competitiva conforme a los criterios indicadores por el Tribunal Andino.

Por los argumentos expuesto, se concluye que el signo Vatio by Kaalpanik (mixta) incurre en la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del Artículo 136 de la Decisión Andina 476 de la Comisión de la Comunidad Andina al ser similar en los ámbitos ortográfico, fonético y gramatical respecto de la marca previamente registrada, así como al existir conexidad competitiva entre las marcas. Por lo tanto, su registro podría materializar el riesgo de confusión y/o asociación en los consumidores.

En virtud de lo anterior, solicito de manera respetuosa a este Despacho negar el registro de la marca Vatio by Kaalpanik (mixta) en las Clases 6, 9, 11, 21 y 35, preservando los derechos de exclusividad bajo la titularidad de mi representada sobre la marca Vatia (mixta).

VI. ANEXOS

Anexo No.	Contenido
1	Poder especial debidamente otorgado por Vatia S.AS. E.S.P

VII. NOTIFICACIONES

Recibiré notificaciones en la siguiente dirección:

Dirección: Carrera 7 No. 73-55 Oficina 1202, Bogotá Colombia

Correo: victor.ayalde@advocat.com

Atentamente,



Víctor Ayalde Lemos

C.C. No. 1.130.609.358

T.P. No. 209.953 del C.S.J.

advocat

PODER ESPECIAL

NICOLAS JARAMILLO ARANGO, identificado con la cédula de ciudadanía número 75.073.594 en calidad de Mandatario General de **VATIA S.A.S. E.S.P.**, sociedad comercial identificada con NIT 817.001.892 ("**VATIA**"), confiero poder especial, amplio y suficiente al doctor **VICTOR ANDRÉS AYALDE LEMOS**, identificado con cédula de ciudadanía número **1.130.609.358**, abogado en ejercicio, titular de la tarjeta profesional número **209.953** del Consejo Superior de la Judicatura, para que en nombre y representación de VATIA, presente y tramite hasta su finalización la solicitud de registro del signos distintivos, incluidos marcas, depósito de nombres comerciales y enseñas comerciales ante la Superintendencia de Industria y Comercio. El apoderado queda facultado para:

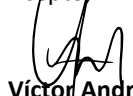
- a. Solicitar, tramitar y obtener, registrar y depositar signos distintivos, así como sus renovaciones y prórrogas, la cesión de estos, la anotación de cambios de nombre y domicilio, y el registro de acuerdos y licencias en relación con ellos y para solicitar el registro de contratos de transferencia de tecnología;
- b. Ejercer y presentar todas las acciones y recursos de oposición, observación, reclamo, reconsideración, reposición, apelación, cancelación administrativa, nulidad, nulidad y restablecimiento del derecho, presentar y dar respuesta a la oposición, presentar memoriales adicionales, respuesta a requerimientos expedidos por la Superintendencia de Industria y Comercio, acciones procedentes de la obtención o explotación de licencias, acciones judiciales, relacionadas con procesos de propiedad industrial, y las demás acciones y recursos que se presenten derivados de los derechos señalados en el literal a);
- c. Conciliar, cancelar, transigir, comprometer, desistir, recibir y tomar posesión de la cosa objeto de litigio y renunciar o desistir a derechos concedidos o en curso de concesión, y admitir los hechos del proceso, ratificar o no la agencia oficiosa;
- d. Recibir notificaciones electrónicas durante el trámite y después de la concesión de cualquiera de los derechos mencionados, así como designar apoderados judiciales o extrajudiciales, renunciar y sustituir el presente poder y revocar sustituciones anteriores.

En general, el apoderado queda facultado para representar ante cualquiera de las autoridades competentes, entidades administrativas, oficiales y jurisdiccionales los asuntos relacionados con la obtención y protección de los derechos de propiedad industrial, así como para actuar en defensa de estos.

Atentamente,


Arango
C.C. No. 75.073.594
Mandatario General
Vatia S.A.S. E.S.P.

Acepto,


Víctor Andrés Ayalde Lemos
C.C. No. 1.130.609.358
T.P. No. 209.953 del C.S.J.