

REPÚBLICA DE COLOMBIA

SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 92991

Ref. Expediente N° SD2025/0037767

Por la cual se decide una solicitud de registro

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el 24 de abril de 2025, la sociedad **O-TECH (JIAXING) INC.**, solicitó el registro de la Marca **APSPRO** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 12 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 del 8 de mayo de 2025, la sociedad **ARTLUX, S.A. DE C.V.** presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

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

“(…) Nuestra representada se encuentra en la construcción de una familia de marcas la cual se caracteriza por tener como elemento común y preponderante el término “AXPRO” por lo cual, se le debe dar una protección reforzada como lo ha manifestado tanto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina (en adelante “TJCA”), como la SIC.

(…) Así las cosas, en atención a lo anterior y a la naturaleza de los signos confrontados, queda claro que, la comparación debe recaer principalmente en el elemento nominativo de cada uno de los signos, teniendo en cuenta que es el que genera mayor recordación en la mente del consumidor. Veamos:

Marca solicitada	Marca previamente registrada
APSPRO	AXPRO

En ese sentido, tal como se puede evidenciar de la comparación realizada, salta a la vista que la marca solicitada reproduce casi por completo la marca de nuestra representada, sin que la sustitución de la “X” por el grupo de palabras “PS” generen un impacto distinto. Pues, la raíz de las palabras que mayor recordación produce en la mente de los consumidores es la secuencia común “PRO”, de manera que, la variación de la consonante intermedia resulta insuficiente para evitar el riesgo de confusión. Además, existen similitudes fonéticas entre los sonidos /ks/ y /ps/, así como la semejanza visual entre las estructuras “AXPRO” y “APSPRO”. En ese sentido, es evidente que existe una similitud ortográfica y fonética y, por ende, el riesgo de confusión es inminente.

(…) En el plano ortográfico, las similitudes son evidentes, debido a que el signo solicitado hace una reproducción casi total del elemento distintivo y preponderante de la familia de marcas de nuestra representada, como demostramos a continuación:

AXPRO
APSPRO

¹ 12: Aparatos de locomoción terrestre; partes de automóviles.



Ref. Expediente N° SD2025/0037767

De la comparación anterior salta a la vista que la marca solicitada reproduce la marca previamente registrada de nuestra representada, sin que la variación entre las letras “X” y “PS” sean suficientes para diluir el riesgo de confusión y/o asociación. Esto debido que, como lo mencionamos previamente en la coincidencia en la raíz “A” y “PRO” aumenta considerablemente el riesgo de confusión. Sobre la similitud gramatical, el TJCA ha señalado lo siguiente:

(...) De acuerdo con lo anterior y aplicando los criterios establecidos por el TJCA8 al caso concreto de cotejo de marcas, es posible concluir que la sucesión de las consonantes y vocales es altamente similar, al igual que el número de sílabas que componen las expresiones.

Veamos:

- a) Secuencia consonántica: XPR - PSPR
- b) Secuencia vocálica: A-O/ A-O
- c) Número de sílabas: 2/2
- d) Número de letras: 5/6
- e) Raíces: APRO/ APRO

Ahora bien, el resultado natural de las marcadas similitudes ortográficas de los signos es que también exista similitud fonética entre ellas, de tal suerte que en este ámbito también se presenta riesgo de confusión para los consumidores, toda vez que su pronunciación es casi idéntica. Pues, como lo mencionamos anteriormente, la única diferencia entre la marca registrada y la solicitada es la letra “X” y el grupo “PS”, lo cual no es suficiente para permitir su diferenciación, teniendo en cuenta que fonéticamente pueden sonar similares. De hecho, la sustitución de /ks/ por /ps/ (y viceversa) no produce una variación sonora lo suficientemente marcada como para generar una impresión distinta en el consumidor medio.

*(...) De acuerdo con lo anterior es claro que existe una **relación de complementariedad** entre los productos de ambas clases, en la medida en que los bienes de la clase 04 están directamente relacionados con el funcionamiento, mantenimiento y conservación de los vehículos y autopartes de la clase 12. El uso de lubricantes, aceites o combustibles es necesario y habitual para el adecuado desempeño de los vehículos, por lo que estos productos se utilizan de manera conjunta y suelen ser comercializados en los mismos canales.*

*Bajo un criterio de **razonabilidad**, resulta lógico suponer que un mismo empresario pueda ofrecer tanto vehículos o sus partes como productos necesarios para su funcionamiento. Esta realidad del mercado contribuye a generar una expectativa razonable en el consumidor sobre el posible origen común de estos bienes, aumentando el riesgo de confusión o asociación indirecta entre los signos enfrentados.*

Por esta razón, los consumidores podrían incurrir fácilmente en un riesgo de confusión indirecto en el mercado, ya que podrían creer erróneamente que los productos identificados por la marca solicitada provienen del mismo origen empresarial que los servicios identificados bajo la marca previamente registrada por nuestra representada para la clase 4.

Adicionalmente, como complemento a lo señalado, este tipo de productos suelen compartir los mismos canales de comercialización y publicidad, Lo anterior, si se tiene en cuenta, que los mismos son comercializados a través de los mismos canales, tales como, tiendas de autopartes, concesionarios, estaciones de servicio, talleres mecánicos, entre otros.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **O-TECH (JIAXING) INC.**, no dio respuesta a la oposición.

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los

Ref. Expediente N° SD2025/0037767

argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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° SD2025/0037767

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

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486. Confundibilidad con marcas previamente registradas.

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	AXPRO	ARTLUX, S.A. DE C.V.	16171470	10	1, 2, 4	Marca	Registrada	02 feb. 2027
Mixta	AXPRO		08028364	9	4	Marca	Registrada	24 oct. 2028

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado

APSPRO

APSPRO
(Mixto)

El signo solicitado es de naturaleza mixta, compuesto por la expresión “APSPRO” en mayúscula y en una tipografía simple.

Signos opositores



AXPRO AXPRO
(Mixtos)

Los signos opositores son de naturaleza mixta, compuestos por las expresiones “AXPRO” en letras mayúsculas con una tipografía gruesa y tridimensional, inclinada en diagonal hacia la derecha.

Familia de marcas

Dentro de su escrito de oposición, al realizar su propio cotejo entre los signos, el opositor afirma que cuenta con una familia de marcas cuyo elemento dominante común es la expresión **AXPRO**.

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
------	-------	---------	------------	------	-------	---------	--------	----------



Ref. Expediente N° SD2025/0037767

Mixta	AXPRO	ARTLUX, S.A. DE C.V.	08028366	9	1	Marca	Registrada	24 oct. 2028
Mixta	AXPRO		08028368	9	2	Marca	Registrada	31 oct. 2028
Nominativa	AXPRO		16171470	10	1, 2, 4	Marca	Registrada	02 feb. 2027
Mixta	AXPRO		08028364	9	4	Marca	Registrada	24 oct. 2028

En relación con las familias de marcas, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

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

*En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión”.*⁴

En concordancia con lo anterior, esta Dirección encuentra que, contrario a lo que afirma el opositor, las marcas opositoras no constituyen una familia de marcas, pues, tal como ha reiterado el Tribunal, se requiere una **pluralidad** de registros que contengan el mismo rasgo distintivo común, que pertenezcan a un mismo titular; así las cosas, la titularidad de cuatro registros que contienen la misma expresión no constituye una pluralidad suficiente para determinar la existencia de una familia de marcas.

Conexión competitiva

Esta Dirección en primer lugar considera pertinente efectuar la comparación de los productos y servicios que cada uno de los signos identifican y, en caso de determinarse la identidad o relación entre estos, se procederá a efectuar la comparación entre el signo solicitado y la marca fundamento de oposición, a fin de determinar la existencia de riesgo de confusión entre los signos, pues, nada obsta para que coexistan dos signos similares o incluso idénticos, si los servicios por ellos amparados no son susceptibles de causar riesgo de confusión o de asociación.

El signo solicitado pretende distinguir:

12: Aparatos de locomoción terrestre; partes de automoviles.

Los signos confrontados identifican:

Expediente	Productos
16171470	(1): Productos químicos destinados a la industria, ciencia, fotografía, así como a la agricultura, horticultura y silvicultura; resinas artificiales en estado bruto, materias plásticas en estado bruto; abono para las tierras; composiciones extintoras; preparaciones para el temple y soldadura de metales; productos químicos destinados a conservar los

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020.



Ref. Expediente N° SD2025/0037767

alimentos; materias curtientes; adhesivos (pegamentos) destinados a la industria.

(2): Colores, barnices, lacas; preservativos contra la herrumbre y el deterioro de la madera; materias tintóreas; mordientes; resinas naturales en estado bruto; metales en hojas y en polvo para pintores, decoradores, impresores y artistas.

(4): Aceites y grasas industriales; lubricantes; productos para absorber, regar y concentrar el polvo; combustibles (incluyendo gasolinas para motores) y materias de alumbrado; bujías y mechas para el alumbrado.

08028364

(4): Aceites y grasas industriales; lubricantes; productos para absorber, regar y concentrar el polvo; combustibles (incluyendo gasolinas para motores) y materias de alumbrado; bujías y mechas para el alumbrado.

Análisis conexidad competitiva entre productos de la clase 12 de la marca solicitada vs productos de la clase 4 de las marcas opositoras

En el presente asunto, al analizar las coberturas de los signos confrontados conforme a los criterios establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en la Interpretación Prejudicial 100-IP de 2018, se concluye que **no existe una conexión competitiva ni una relación razonablemente conexa entre ellos**. La naturaleza y finalidad de los productos que pretende distinguir el signo solicitado en la clase 12 (aparatos de locomoción terrestre y partes de automóviles) se inscriben en el ámbito automotor, esto es, bienes terminados y repuestos destinados a la fabricación, circulación y mantenimiento de vehículos, con estándares técnicos propios del sector, redes de concesionarios, talleres autorizados y casas de repuestos orientadas al usuario final y al posventa vehicular.

Por otro lado, los productos amparados por la marca opositora en la clase 4 (aceites y grasas industriales, lubricantes, productos para absorber, regar y concentrar el polvo, combustibles —incluida gasolina para motores— y materias de alumbrado, bujías y mechas para alumbrado) corresponden a insumos de naturaleza química y energética utilizados en múltiples industrias, entre ellas la automotriz, cuya formulación, comercialización y control obedecen a parámetros propios del sector de hidrocarburos y productos químicos, con cadenas de suministro y cumplimiento normativo diferenciados, hojas de seguridad, fichas técnicas y canales de distribución especializados (estaciones de servicio, lubricentros, distribuidores químicos y mayoristas).

Atendiendo la realidad del mercado, el consumidor medio no atribuye razonablemente un mismo origen empresarial a un fabricante de vehículos, partes y conjuntos mecánicos (clase 12) y a un productor de combustibles y lubricantes (clase 4). La decisión de compra se rige por criterios distintos como la compatibilidad constructiva, garantía y homologación en el caso de vehículos y repuestos; especificaciones de viscosidad, desempeño, normativa ambiental y de seguridad en el caso de aceites, grasas y combustibles. Aunque ambos grupos de bienes puedan coincidir en grandes superficies o en ecosistemas de servicio, su exhibición, asesoría y rotulado se presentan en secciones separadas y con mensajes comerciales diferentes, de modo que no se genera en el público la expectativa de una misma procedencia empresarial.

Ref. Expediente N° SD2025/0037767

Por lo tanto, es pertinente tener en cuenta para el análisis del presente caso se aplica el “principio de especialidad” para lo cual el Tribunal Andino mediante 321 IP2015 ha manifestado:

“(…) De conformidad con lo anterior, se abordará el tema propuesto. Para lo anterior, se reitera lo expresado en la Interpretación Prejudicial de 15 de julio de 2015, expedida en el marco del Proceso 324-IP-2014: “El principio de especialidad se puede enunciar de la siguiente manera: el derecho al uso exclusivo de una marca se circunscribe a los productos y servicios determinados en el registro respectivo, los cuales hacen parte de una misma clase en relación con la Clasificación Internacional de Niza.

El artículo 151 de la Decisión 486 hace viable la utilización de la mencionada clasificación internacional, así: “Para clasificar los productos y los servicios a los cuales se aplican las marcas, los Países Miembros utilizarán la Clasificación Internacional de Productos y Servicios para el Registro de las Marcas, establecida por el Arreglo de Niza del 15 de junio de 1957, con sus modificaciones vigentes.

Las clases de la Clasificación Internacional referida en el párrafo anterior no determinarán la similitud ni la disimilitud de los productos o servicios indicados expresamente”.

El objetivo de la regla de especialidad consiste establecer un parámetro inicial para evitar el riesgo de confusión, prohibiendo el registro de marcas que posean denominaciones idénticas o similares a las previamente registradas, para amparar productos o servicios también idénticos o similares. Para garantizar esto al solicitante, de conformidad con el artículo 139 literal f), se le pide que indique la clase a la cual corresponden los productos o servicios.

Carlos Fernández Novoa señala al respecto que: “La consecuencia más palpable de la regla de especialidad de la marca es que sobre un mismo signo pueden recaer dos o más derechos de marca autónomos (pertenecientes a distintos titulares) siempre que cada una de estas marcas autónomas sea utilizada en relación con una clase o variedad diferente de productos o servicios». En principio, pueden existir en el mercado marcas idénticas o similares que pertenezcan a distintos titulares, siempre y cuando se encuentren amparando productos o servicios ubicados en diferentes clases. La regla de la especialidad se ha matizado y se han generado excepciones específicas en el campo de la conexión competitiva y la protección de los signos notoriamente conocidos”.

Si estamos en frente de productos registrados en diferentes clases o disímiles, aunque se encuentren ubicados en la misma clase, es preciso que se matice la regla de la especialidad y, en consecuencia, que se analice el grado de vinculación o relación competitiva de los productos que amparan los signos en conflicto, para que de esta forma se pueda establecer la posibilidad de error en el público consumidor. Para lo anterior, el consultante deberá analizar la naturaleza o uso de los productos identificados por las marcas, ya que la sola pertenencia de varios de éstos a una misma clase de la Clasificación Internacional de Niza no demuestra su semejanza, así como la ubicación de estos en clases distintas tampoco prueba que sean diferentes. En relación con lo mencionado, el Tribunal ha establecido algunos de los siguientes criterios y factores de análisis para definir la conexión competitiva entre los productos y/o servicios (…)

Así las cosas, la sola pertenencia a una clase o la eventual cercanía funcional no determinan la similitud, debiendo analizarse la naturaleza, el uso, el destino y los canales. Bajo ese estándar material, los productos confrontados divergen en naturaleza (bien automotor terminado y repuesto frente a insumo químico/energético), en finalidad económica (transporte y reposición frente a suministro y operación energética), en circuitos de comercialización y en público objetivo, por lo que no compiten ni se dirigen a satisfacer la misma necesidad.

Ref. Expediente N° SD2025/0037767

En consecuencia, los productos en comparación no son sustituibles ni están destinados al mismo consumidor desde la perspectiva de elección de marca y origen empresarial, lo que descarta la configuración del presupuesto de razonabilidad exigido para predicar conexión competitiva. La ausencia de relación competitiva entre las coberturas de las clases 12 y 4 impide la generación de un riesgo de confusión o asociación en el público consumidor.

Por lo anterior, al no existir relación o conexidad competitiva entre los productos que pretende distinguir el signo solicitado y los productos que identifican los signos fundamento de la objeción, no resulta necesario profundizar en una comparación exhaustiva de los signos en sí mismos. La coexistencia de marcas similares o incluso idénticas es admisible cuando las coberturas no son aptas para causar confusión, como ocurre en el presente caso, en el que la especificidad y disparidad de mercados y consumidores excluye dicha posibilidad.

Análisis de oficio de conexidad competitiva entre productos de la clase 12 de la marca solicitada vs productos de la clase 1 y 2 de las marcas opositoras

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que, en el presente caso, no se configuran los presupuestos para concluir que exista relación o conexidad competitiva entre las coberturas enfrentadas, como se explica a continuación.

Desde la razonabilidad, el consumidor medio no tendría motivos plausibles para atribuir un mismo origen empresarial a los productos de la clase 12, aparatos de locomoción terrestre y partes de automóviles, y a los productos de las clases 1 y 2, productos químicos destinados a la industria, la ciencia, la agricultura y otras ramas, resinas y materias plásticas en estado bruto, adhesivos industriales, abonos, composiciones extintoras, preparaciones para temple y soldadura, conservantes de alimentos, materias curtientes, así como colores, barnices, lacas, preservativos contra la herrumbre, materias tintóreas, mordientes, resinas naturales en bruto y metales en hojas o en polvo para usos artísticos, decorativos e industriales. Los primeros son bienes terminados y repuestos destinados a la fabricación, circulación y mantenimiento de vehículos; los segundos son insumos o materias de formulación con finalidad química, industrial o artística que sirven como componentes, recubrimientos o auxiliares de procesos, sin constituir bienes sustitutivos ni de la misma naturaleza.

Atendiendo a la realidad del mercado, las cadenas de aprovisionamiento, las normas técnicas y de seguridad, y los canales de comercialización difieren sustancialmente. Los vehículos y sus partes se ofrecen en concesionarios, talleres autorizados, tiendas de repuestos y plataformas oficiales, con criterios de selección vinculados a compatibilidad mecánica, garantías y estándares del fabricante. Los químicos y recubrimientos de las clases 1 y 2 se distribuyen a través de casas químicas, ferreterías especializadas, distribuidores industriales y canales B2B sujetos a hojas de seguridad, fichas técnicas, restricciones de almacenamiento y manipulación. Aunque ciertos talleres utilicen adhesivos, lacas o anticorrosivos para reparar o pintar automóviles, esa coincidencia de uso no traslada al consumidor la idea de un mismo origen empresarial, pues identifica con claridad al fabricante del vehículo o de la pieza como distinto del productor químico que formula el adhesivo o la laca.

La finalidad económica también es distinta. La clase 12 busca poner en el mercado bienes de transporte y sus repuestos para el usuario final; las clases 1 y 2 proveen materias de proceso, formulación o acabado que se integran o se aplican a múltiples industrias, no solo a la automotriz, y que se eligen por parámetros de composición, viscosidad, curado,

Ref. Expediente N° SD2025/0037767

rendimiento, poder cubriente o resistencia química, criterios ajenos a la decisión de compra de un automotor o de una pieza. Esta disparidad de propósito y de criterios técnicos impide sostener que compitan por la misma demanda o que el público los perciba como provenientes del mismo empresario.

Bajo el principio de especialidad, recordado por la jurisprudencia andina, la pertenencia a clases distintas o la eventual inclusión de productos en una misma clase de Niza no determina por sí sola la similitud; debe atenderse a la naturaleza, destino y uso. Aun aplicando ese estándar material, la vinculación competitiva no se acredita: vehículos y partes (clase 12) son bienes terminados dirigidos al consumidor y al posventa vehicular, mientras que químicos y recubrimientos (clases 1 y 2) son insumos transversales de carácter industrial o profesional. La sola circunstancia de que un taller aplique una laca o un adhesivo sobre una pieza no convierte a esos insumos en la misma categoría económica ni genera expectativa razonable de unidad de origen marcario.

En consecuencia, esta Dirección concluye que no hay conexidad competitiva entre los productos de la clase 12 enfrentados y los productos de las clases 1 y 2 invocados, pues difieren en naturaleza, finalidad, canales, público objetivo y criterios de elección. Al no satisfacerse el presupuesto de razonabilidad, no se configura riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor, por lo que la coexistencia marcaria resulta, en principio, viable.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar infundada la oposición interpuesta por la sociedad **ARTLUX, S.A. DE C.V.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **APSPRO** (Mixta).

APSPRO

Para distinguir productos comprendidos en la clase:

12: Aparatos de locomoción terrestre; partes de automoviles.

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: O-TECH (JIAXING) INC.
Room 1-2205, 1-2207, Jiananmeidi
JIAXING ZHEJIANG
CHINA

Resolución N° 92991

Ref. Expediente N° SD2025/0037767

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

ARTÍCULO 4: Notificar a la sociedad **O-TECH (JIAXING) INC.**, solicitante del registro y a la sociedad opositora **ARTLUX, S.A. DE C.V.**, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 11 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS