

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100689

Ref. Expediente N° SD2025/0039234

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 29 de abril de 2025, COMERCIALIZADORA DE ELECTRICOS DE COLOMBIA SAG S.A.S, solicitó el registro del Marca CECOL Comercializadora de Eléctricos (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 6 y 35 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 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:

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

¹ 6: Metales comunes y sus aleaciones, minerales metalíferos; materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento y transporte; cajas de caudales.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Ref. Expediente N° SD2025/0039234

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:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	CECOLTEC	CENTRO COLOMBIANO DE TECNOLOGÍA SAS - CECOLTEC SAS	SD2019/0018974	11	9, 35, 37, 40, 42	Marca	Registrada	2 de febrero de 2031
Mixta	S ecoltec SERVICES	CENTRO COLOMBIANO DE TECNOLOGÍA SAS - CECOLTEC SAS	SD2021/0070897	11	9, 35, 37, 40, 42	Marca	Registrada	9 de mayo de 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2025/0039234

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

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

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

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado reproduce la parte relevante del signo antecedente, sin que contenga elementos adicionales que le otorguen distintividad.

Ortográfica y fonéticamente, el signo solicitado CECOL se encuentra íntegramente comprendido en el signo registrado CECOLTEC, de manera que comparten un mismo núcleo denominativo que domina la percepción del consumidor. La simple supresión del sufijo “TEC” no resulta suficiente para generar una diferenciación efectiva, pues no altera la impresión global de los signos ni su recordación. En consecuencia, el público relevante puede percibir a CECOL como la marca principal y a CECOLTEC como una extensión o línea especializada, lo que configura un alto riesgo de confusión directa y de asociación empresarial. El término “COMERCIALIZADORA DE ELÉCTRICOS” es genérico y descriptivo: simplemente indica la actividad de comercialización y el tipo de productos (eléctricos).

Esta Dirección observa que es el elemento nominativo de cada signo es el preponderante en sus conjuntos, por cuanto son las palabras las que causan mayor impacto en el consumidor por ser aquellas que usaría para pedir los productos y servicios protegidos con estas marcas.



Ref. Expediente N° SD2025/0039234

Teniendo en cuenta lo anterior, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte del signo antecedente, configurándose así una reproducción parcial, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

6: Metales comunes y sus aleaciones, minerales metalíferos; materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento y transporte; cajas de caudales.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Servicios
SD2019/0018974	Clase 35: Gestión de negocios comerciales; servicios de pedidos de compra al por mayor; venta al por menor o al mayor de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como suministros médicos. Clase 37: Asesoramiento en materia de servicios de instalación, mantenimiento y reparación; consultoría en materia de servicios de instalación, mantenimiento y reparación; información sobre mantenimiento de equipos de medición y prueba; instalación y mantenimiento de maquinaria y equipos industriales; instalación, mantenimiento y reparación de aparatos electrónicos, eléctricos

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 (dentrífico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0039234

y mecánicos; instalación, mantenimiento y reparación de equipos eléctricos; instalación, mantenimiento y reparación de equipos hidráulicos; instalación, mantenimiento y reparación de equipos y aparatos de minería; instalación, mantenimiento y reparación de máquinas; reparación o mantenimiento de aparatos e instrumentos de laboratorio; reparación o mantenimiento de aparatos e instrumentos de laboratorio, así como suministro de información al respecto; suministro de información sobre la reparación o el mantenimiento de aparatos e instrumentos de laboratorio.

SD2021/0070897

Clase 35: Gestión de negocios comerciales; servicios de pedidos de compra al por mayor; servicios de venta mayorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como suministros médicos; servicios de venta minorista de preparaciones farmacéuticas, veterinarias y sanitarias, así como de suministros médicos.

Clase 37: Asesoramiento en materia de servicios de instalación, mantenimiento y reparación; consultoría en materia de servicios de instalación, mantenimiento y reparación; instalación, mantenimiento y reparación de equipos hidráulicos; instalación, mantenimiento y reparación de equipos y aparatos de minería; instalación, mantenimiento y reparación de máquinas; reparación o mantenimiento de aparatos e instrumentos de laboratorio; reparación o mantenimiento de aparatos e instrumentos de laboratorio, así como suministro de información al respecto; suministro de información sobre la reparación o el mantenimiento de aparatos e instrumentos de laboratorio.

Conexidad competitiva entre servicios de la misma clase 35 Niza internacional

Esta Dirección observa que el signo solicitado y los signos enfrentados comparten cobertura entre los servicios de gestión de negocios comerciales por lo cual comparten una misma finalidad orientada hacia un mismo consumidor.

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 elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomenclador internacional.

Conexión competitiva entre servicios de la clase 37 y productos de la clase 6 (Principio de complementariedad)

Los productos clase 6 solicitados son insumos metálicos y elementos de ferretería/infraestructura industrial, incluyendo “metales comunes, aleaciones y minerales metálicos; materiales metálicos de construcción/edificación; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento/transporte; cajas de caudales”. Estos bienes se insertan típicamente en proyectos industriales, mineros, hidráulicos y de montaje de maquinaria, porque son materiales de soporte, contención,

Ref. Expediente N° SD2025/0039234

conducción, fijación y resguardo utilizados en obras, plantas, talleres y operaciones técnicas.

Por su parte, los servicios clase 37 registrados por las marcas CECOLTEC se concentran en: asesoría/consultoría en instalación, mantenimiento y reparación; instalación, mantenimiento y reparación de equipos hidráulicos, mineros y maquinaria; reparación/mantenimiento de aparatos e instrumentos de laboratorio. Es decir, servicios técnicos especializados en el mismo ecosistema industrial donde los productos metálicos son consumidos y requeridos. De manera que, la prestación de los servicios de la clase 37 supone el uso de los productos metálicos y de ferretería (clase 6) como insumos habituales para su prestación (estructuras metálicas, herramientas, materiales de construcción, entre otros).

Existe entonces conexidad competitiva indirecta, ya que se trata de bienes y servicios que, aunque distintos, están estrechamente vinculados en el mercado por su complementariedad.

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 CECOL Comercializadora de Eléctricos (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 6 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por COMERCIALIZADORA DE ELECTRICOS DE COLOMBIA SAG S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTICULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca CECOL Comercializadora de Eléctricos (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por COMERCIALIZADORA DE ELECTRICOS DE COLOMBIA SAG S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a COMERCIALIZADORA DE ELECTRICOS DE COLOMBIA SAG 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.

⁵ 6: Metales comunes y sus aleaciones, minerales metalíferos; materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas; cables e hilos metálicos no eléctricos; pequeños artículos de ferretería metálicos; recipientes metálicos de almacenamiento y transporte; cajas de caudales.

⁶ 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Resolución N° 100689

Ref. Expediente N° SD2025/0039234

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 1 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS