

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100957

Ref. Expediente N° SD2025/0038107

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 25 de abril de 2025, LATIN LOGISTICS COLOMBIA S.A.S., solicitó el registro de la Marca ISA* DE DEPRISA *ASISTENTE VIRTUAL. (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9, 16 y 39 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080, 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:

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 9: Softwares; software informático de bot conversacional [chatbot] descargable para simular conversaciones.

16: Material impreso gráfico brindándole una personalidad o identidad al proceso de servicio al cliente con el fin de transmitir mensajes más cercanos.

39: Información sobre transporte; servicios informatizados de información sobre transporte; servicios de información de viajes; suministro de información sobre el transporte de mercancías; seguimiento y rastreo de envíos [información sobre transportes]; servicios de correo, flete y mensajería.

Ref. Expediente N° SD2025/0038107

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 marca (s) previamente registrada (s)

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
Mixta	ISA	INTERCONEXION ELECTRICA S.A. E.S.P.	SD2016/0046864	10	9, 11, 16, 35, 37, 38, 39, 41, 42, 45	Marca	Registrada
Mixta	ISA	INTERCONEXION ELECTRICA S.A. E.S.P.	SD2018/0074277	11	9, 11, 16, 35, 37, 38, 39, 41, 42	Marca	Registrada
Mixta	ISA	INTERCONEXION ELECTRICA S.A. E.S.P.	08008841	9	39	Marca	Registrada
Nominativa	ISA	INTERCONEXION ELECTRICA S.A. E.S.P.	98043073	7	9	Marca	Registrada
Nominativa	ISA	INTERCONEXION ELECTRICA S.A. E.S.P.	08008838	9	39	Marca	Registrada

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° SD2025/0038107

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 ISA

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta predomina el elemento verbal, 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, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. 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”.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0038107

realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el signo solicitado ISA* DE DEPRISA *ASISTENTE VIRTUAL(mixta) y las marcas registradas ISA, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan similitudes susceptibles de generar riesgo de confusión o de inducir a error al público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado presenta similitudes ortográficas respecto de las marcas registradas toda vez que éste contiene la ISA la cual crea la expresión fantasiosa y distintiva ISA, sin que la adición de las expresiones * DE DEPRISA *ASISTENTE VIRTUAL y su representación gráfica, sean cambios suficientes que logren diferenciar los signos confrontados.

Adicionalmente, se evidencia que los signos en cotejo son fonéticamente confundibles, toda vez que al ser pronunciados generan un impacto sonoro semejante en razón a la disposición de los fonemas utilizados, debido a que la expresión ISA, es la que compone la denominación común de la familia de marcas antecedentes, teniendo así un protagonismo superior en el signo solicitado al ocupar la mayoría de su estructura.

En vista de ello, los consumidores podrían creer que el signo solicitado es una variación de la marca registrada cuando en realidad no es así.

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/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

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

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0038107

9: Softwares; software informático de bot conversacional [chatbot] descargable para simular conversaciones.

16: Material impreso gráfico brindándole una personalidad o identidad al proceso de servicio al cliente con el fin de transmitir mensajes más cercanos.

39: Información sobre transporte; servicios informatizados de información sobre transporte; servicios de información de viajes; suministro de información sobre el transporte de mercancías; seguimiento y rastreo de envíos [información sobre transportes]; servicios de correo, flete y mensajería.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2016/0046864 Clase 9: Especialmente aparatos e instrumentos eléctricos, condensadores eléctricos, cajas de conexión, cajas de electricidad, aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, eléctricos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección) de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos para el registro, transmisión, reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipo para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores.

Clase 11: Especialmente aparatos de alumbrado, lámparas de alumbrado, lámparas eléctricas, reflectores de lámparas, aparatos de calefacción, de distribución de agua e instalaciones sanitarias.

Clase 16: Revistas, folletos, directorios, periódicos, libros, productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; artículos de oficina, material de instrucción o de enseñanza de la empresa.

Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; compra, venta; importación, exportación de energía eléctrica.

Clase 37: Servicios de construcción, servicios de reparación, servicios de instalación, servicios relacionados con la construcción y mantenimiento de líneas de transmisión, servicios de reparación, tales como, los referentes a la electricidad, todo lo relacionado con el mantenimiento de las centrales de generación y de las líneas de interconexión.

Clase 38: Servicios de telecomunicaciones.

Clase 39: Servicios de transportes y transmisión de energía transmisión de energía eléctrica, transporte de energía eléctrica.

Clase 41: Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales, información inteligente sobre el sector energético colombiano.

Clase 42: Servicios científicos, tecnológicos, servicios de investigación y diseño, evaluaciones, estimaciones, investigaciones, planeación, supervisión, control y análisis auditoría en materia de energía, consultoría sobre ahorro de energía asesoramiento técnico sobre medidas de ahorro de energía, consultoría tecnológica en generación de energías alternativas, consultoría técnica en producción y utilización de energía, desarrollo de sistemas de gestión de energía y electricidad; diseño y desarrollo de redes de distribución de energía, consultoría en servicios tecnológicos relacionados con el suministro de electricidad y de energía, consultoría sobre servicios tecnológicos en el

Resolución N° 100957

Ref. Expediente N° SD2025/0038107

ámbito del suministro de energía y electricidad servicios de información sobre estudios de proyectos técnicos y de investigación relacionados con el uso de la energía natural.

Clase 45: Servicios personales y sociales prestados por terceros destinados a satisfacer necesidades en el área de energía eléctrica; servicios de seguridad para la protección de bienes y de personas en el área de energía eléctrica, servicios con la comunidad en el área de energía eléctrica.

Expediente SD2018/0074277 Clase 9: Especialmente aparatos e instrumentos eléctricos, condensadores eléctricos, cajas de conexión, cajas de electricidad, aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, eléctricos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesar, de medida, de señalización, de control (inspección) de socorro (salvamento) y de enseñanza; aparatos para el registro, transmisión, reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipo para el tratamiento de la información y ordenadores; extintores.

Clase 11: Especialmente aparatos de alumbrado, lámparas de alumbrado, lámparas eléctricas, reflectores de lámparas, aparatos de calefacción, de distribución de agua e instalaciones sanitarias.

Clase 16: Revistas, folletos, directorios, periódicos, libros, productos de imprenta; artículos de encuadernación; fotografías; artículos de oficina, material de instrucción o de enseñanza de la empresa.

Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; compra, venta; importación, exportación de energía eléctrica.

Clase 37: Servicios de construcción, servicios de reparación, servicios de instalación, servicios relacionados con la construcción y mantenimiento de líneas de transmisión, servicios de reparación, tales como, los referentes a la electricidad, todo lo relacionado con el mantenimiento de las centrales de generación y de las líneas de interconexión.

Clase 38: Servicios de telecomunicaciones.

Clase 39: Servicios de transportes y transmisión de energía transmisión de energía eléctrica, transporte de energía eléctrica.

Clase 41: Educación; formación; esparcimiento; actividades deportivas y culturales, información inteligente sobre el sector energético colombiano.

Clase 42: Servicios científicos, tecnológicos, servicios de investigación y diseño, evaluaciones, estimaciones, investigaciones, planeación, supervisión, control y análisis auditoría en materia de energía, consultoría sobre ahorro de energía asesoramiento técnico sobre medidas de ahorro de energía, consultoría tecnológica en generación de energías alternativas, consultoría técnica en producción y utilización de energía, desarrollo de sistemas de gestión de energía y electricidad; diseño y desarrollo de redes de distribución de energía, consultoría en servicios tecnológicos relacionados con el suministro de electricidad y de energía, consultoría sobre servicios tecnológicos en el ámbito del suministro de energía y electricidad servicios de información sobre estudios de proyectos técnicos y de investigación relacionados con el uso de la energía natural.

Expediente 08008841 Clase 39: Servicios de transportes y transmisión de energía transmisión de energía eléctrica, transporte de energía eléctrica.

Ref. Expediente N° SD2025/0038107

Expediente 98043073 Clase 9: Aparatos e instrumentos eléctricos, aparatos para el registro, transmisión, reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos.

Expediente 08008838 Clase 39: servicios de transportes y transmisión de energía transmisión de energía eléctrica, transporte de energía eléctrica.

Dada la cobertura de los signos enfrentados y en atención a los criterios de conexidad competitiva establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, especialmente a través de la IP 100 de 2018, considera esta Dirección que en el presente caso se configura el criterio de razonabilidad.

“Para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes res criterios sustancias:

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 cereza también expende agua embotellada”.

Relación competitiva de productos de la clase 9 internacional:

En concordancia con lo anterior, se encuentra que hay una relación de conexidad en virtud al criterio de razonabilidad entre los productos de la clase 9 identificados por los signos. Lo anterior teniendo en cuenta que es altamente posible que el empresario encargado de la fabricación de *software, software informático de bot conversacional [chatbot] descargable para simular conversaciones*, también disponga de una línea de productos paralelos como *soportes de registro magnéticos, equipo para el tratamiento de la información y ordenadores*. En efecto, todos los productos antes mencionados pertenecen al mismo sector tecnológico y comparten la misma finalidad que es crear, procesar y almacenar información.

Relación competitiva de productos en la clase 16 internacional (Relación Género-Especie).

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

Lo anterior teniendo en cuenta que el signo pretendido cubre en la clase 16 *material impreso gráfico*, lo que en este caso correspondería al género de los productos, mientras que la marca registrada protege en la misma clase *revistas, folletos, directorios, periódicos, libros, productos de imprenta, artículos de encuadernación, fotografías, artículos de oficina y material de instrucción o enseñanza* (especie).

Ref. Expediente N° SD2025/0038107

Dada la cobertura de los signos enfrentados y en atención a los criterios de conexidad competitiva establecidos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, especialmente a través de la IP 100 de 2018, considera esta Dirección que en el presente caso se configura el criterio de razonabilidad.

“Para determinar si existe vinculación, conexión o relación entre productos y/o servicios corresponde tomar en consideración el grado de similitud de los signos objeto de análisis y cualquiera de los siguientes res criterios sustanciales:

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 cereza también expende agua embotellada”.

Relación competitiva de servicios en la clase 39 internacional:

En concordancia con lo anterior, se encuentra que hay una relación de conexidad en virtud al criterio de razonabilidad entre los productos de la clase 9 identificados por los signos. Lo anterior teniendo en cuenta que es altamente posible que el empresario encargado de prestar al consumidor servicios de *información sobre transporte; servicios informatizados de información sobre transporte; servicios de información de viajes; suministro de información sobre el transporte de mercancías; seguimiento y rastreo de envíos [información sobre transportes]; servicios de correo, flete y mensajería*, puede de forma paralela ofrecer servicios de *transportes y transmisión de energía transmisión de energía eléctrica, transporte de energía eléctrica*.

Esto, teniendo en cuenta que todos los servicios anteriormente mencionados funcionan como actividades auxiliares que facilitan y gestionan el traslado físico de personas, mercancías o energía.

Por lo anterior, éstos pueden ser comercializados de forma conjunta por un mismo empresario que amplía su actividad económica buscando una mayor atracción e innovación de sus productos y servicios y que distribuye éstos bajo un mismo origen empresarial, determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones.

Finalmente, teniendo en cuenta la similitud de los signos en cotejo, la conexidad competitiva entre los productos y servicios que éstos identifican, es dable afirmar que dichos éstos se comercialicen y publiciten a través de los mismos canales.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0038107

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca ISA* DE DEPRISA *ASISTENTE VIRTUAL. (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por LATIN LOGISTICS COLOMBIA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca ISA* DE DEPRISA *ASISTENTE VIRTUAL. (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 16 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por LATIN LOGISTICS COLOMBIA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca ISA* DE DEPRISA *ASISTENTE VIRTUAL. (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 39 de la Clasificación Internacional de Niza⁷, solicitada por LATIN LOGISTICS COLOMBIA S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

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

ARTÍCULO QUINTO: 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

⁵ 9: Softwares; software informático de bot conversacional [chatbot] descargable para simular conversaciones.

⁶ 16: Material impreso gráfico brindándole una personalidad o identidad al proceso de servicio al cliente con el fin de transmitir mensajes más cercanos.

⁷ 39: Información sobre transporte; servicios informatizados de información sobre transporte; servicios de información de viajes; suministro de información sobre el transporte de mercancías; seguimiento y rastreo de envíos [información sobre transportes]; servicios de correo, flete y mensajería.