

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 11532

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

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 día 14 de mayo de 2025, la sociedad **SIT SOLUCIONES INTEGRALES DE TECNOLOGIA SAS**, solicitó el registro de la Marca **ISEMC** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1068 del 29 de mayo de 2025, la sociedad **INGENIERIA Y SERVICIO ESPECIALIZADO DE COMUNICACIONES S.A.** presentó oposición con fundamento en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“Acorde a lo preceptuado en el artículo 146 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, la sociedad opositora tiene legítimo interés de presentar la demanda, toda vez que el signo solicitado viola varias de las causales relativas de registro y por tanto su concesión puede perjudicarlo al crear confusión entre los consumidores.

La expresión ISEMC (mixta) que se pretende registrar para amparar productos de la clase 9 del nomenclador internacional viola flagrantemente normas legales y comunitarias, específicamente el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de 2000, por cuanto el signo solicitado se asemeja a una marca anteriormente registrada por un tercero para los mismos productos, pudiendo causar un riesgo de confusión o de asociación en el mercado.

En cuanto a la identidad formal de los signos, se establece que el signo solicitado ISEMC es altamente similar en grado de confusión a la marca opositora ISEC, pues la expresión pretendida reproduce en gran porcentaje al signo previamente registrado sin que la adición de la letra M entre las letras E y C le otorgue distintividad suficiente.

Los signos, desde su parte fonética y gramatical, siguen siendo casi iguales, pues en las sílabas que comparten se encuentra la sílaba tónica de ambas palabras en una idéntica posición, además de presentar coincidencia en la terminación y en la mayoría de consonantes y vocales, lo que genera que las expresiones sean casi idénticas y que la que se pretende registrar no cuente con una distintividad intrínseca ni extrínseca frente al signo opositor.

Respecto de la conexidad competitiva, los productos para los cuales se solicitó el registro de la marca ISEMC se encuentran en la misma clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza que los productos protegidos por la marca opositora, compartiendo la misma destinación y siendo complementarios entre sí.

Al tratarse de productos tales como aparatos y dispositivos de comunicación,

¹ 9: Procesadores de vídeo; módulos de led; monitores de ledes; paneles de anuncios a led; paneles de visualización a led; paneles de visualización de diodos electroluminiscentes [led]; pantallas led; televisores de led; monitores con pantalla lcd; monitores lcd; paneles con pantalla lcd; paneles lcd; pantallas lcd; pantallas lcd de gran formato; pizarras interactivas electrónicas; monitores de pantalla táctil; pantallas de visualización led; pantallas electrónicas publicitarias; pantallas electrónicas sensibles al tacto; aparatos de videoconferencia; controladores de monitores de video.

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

procesadores de vídeo, módulos de led, monitores de ledes, pizarras interactivas electrónicas y aparatos de videoconferencia, se advierte que comparten el mismo público objetivo, idénticos canales de comercialización e iguales medios publicitarios. En consecuencia, su coexistencia generaría un fuerte riesgo de asociación y confusión frente al consumidor, quien inferirá que la marca solicitada es una variación de la marca opositora y que su origen proviene del mismo empresario.

Se concluye que la marca solicitada reproduce de manera idéntica la marca fundamento de oposición y comparte una misma pronunciación, lo cual implica que el signo solicitado no es capaz de individualizarse en el mercado dada su falta de identidad formal en relación con la marca ISEC.

Por lo anterior, se evidencia un alto riesgo de inducir en error al consumidor y llevarlo a pensar equivocadamente que los productos relacionados provienen de un mismo origen empresarial, lo cual hace irreregistrable al signo bajo análisis al amparo de la normativa andina vigente.”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **SIT SOLUCIONES INTEGRALES DE TECNOLOGIA SAS**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“En respuesta a la oposición presentada por la empresa Ingeniería y Servicio Especializado de Comunicaciones S.A respecto al signo distintivo que se está solicitando nos permitimos informar que el objeto y / o soluciones que ofrece la compañía en mención son diferentes al objeto que nosotros como SIT soluciones Integrales de Tecnología S.A.S nos dedicamos; (...)

(...) la empresa “ISEC” se dedica a soluciones y venta de equipos de radiocomunicación y nosotros estamos en la vertical de Audiovisuales y soluciones tecnológicas como suministro e instalación de pantallas de gran formato para Video Wall , pantallas interactivas, pantallas LED, pantallas LCD, procesadores de video etc.

Estamos realizando el registro de la marca “iSEMC” (Beijing Lema Technology Co., Ltd.) la cual es fabricante de dichos equipos mencionados anteriormente y a su vez somos distribuidores autorizados de la marca en Colombia, relaciono link de la página para su validación (<https://www.isemc.com/>).

Aunque sus abreviaturas y colores para el registro sean similares al de la otra empresa sus objetos son totalmente distintos, así mismo los logos y /o signos son totalmente distintos visualmente como gráficamente (...)

De esta manera como conclusión se demuestra que la marca solicitada cumple con el signo de distintividad y que no genera confusión con el público consumidor por lo que es viable la concesión de su registro.”

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 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 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:

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

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

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho.

En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar.

El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

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° SD2025/0045204

Acervo probatorio

Al expediente fueron allegadas las siguientes pruebas por parte de la sociedad **INGENIERIA Y SERVICIO ESPECIALIZADO DE COMUNICACIONES S.A.:**

- Imágenes y páginas web de los productos identificados por el signo solicitado para registro.

a) **Pruebas rechazadas:**

El material probatorio aportado por parte de la sociedad solicitante contenido en imágenes y páginas web pretende demostrar el uso del signo solicitado bajo análisis en el mercado. Por lo anterior, esta Dirección reconoce que, si bien el material probatorio aportado demuestra comportamientos de mercado, la Decisión 486, respecto al análisis de la causal relativa por confundibilidad en el Art. 136 literal a) relaciona:

Artículo 136.- 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;

Por lo anterior, el uso de las marcas en el mercado y su correspondiente divulgación en el mismo no es propósito del análisis del registro de marca, dado que, el uso de una marca en el mercado se prueba mediante la acción de cancelación ejercida por un tercero. (Art. 165, Decisión 486 de la Comunidad Andina).

Ahora bien, respecto de los argumentos de la solicitante, es necesario aclarar que el estudio comparativo que debe realizar esta oficina solo puede incluir la información brindada dentro de la solicitud y en el registro base de la negación, al ser esta la manifestación jurídicamente vinculante en lo que concierne al alcance de las reivindicaciones de la primera y de los derechos concedidos por el segundo, pues son estos datos los que fueron consignados dentro del registro de marcas.

Así, el estudio comparativo que ahora nos ocupa debe seguir los parámetros establecidos en la solicitud de registro del signo solicitado y en el registro de las marcas previamente registradas, sin que éste se vea afectado por usos eventuales de los signos que sus titulares puedan darles en el mercado, pues de lo contrario se estaría desconociendo el efecto constituyente de derechos del registro marcario (artículo 154 de la Decisión 486).

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Se observa que la sociedad opositora **INGENIERIA Y SERVICIO ESPECIALIZADO DE COMUNICACIONES S.A.** en el escrito de oposición relacionó todo su portafolio de marcas. Sin embargo, al realizar la conexión competitiva solamente tuvo en cuenta la marca ISEC en la clase 9.

Por lo anterior esta Oficina tendrá en consideración dicha marca -en Clase 9- para efectuar el cotejo, pues se entiende que es éste el signo fundamento de oposición de conformidad con los requisitos exigidos por la causal alegada.

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	ISEC	INGENIERIA Y SERVICIO ESPECIALIZADO DE COMUNICACIONES S.A.	14091874	10	9	Marca	Registrada	30 de abril de 2035

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signos opositor
	

El signo mixto solicitado para registro consiste de la denominación iSEMC en tonos negros y azules, caracterizada por un elemento figurativo de seis cuadriláteros asimétricos dispuestos en dos columnas verticales. Por su parte, el signo opositor ISEC se compone de una estructura en color gris que integra círculos concéntricos, polígonos romboidales y el lema explicativo “Soluciones que unen y comunican al hombre”.

Reglas jurisprudenciales y doctrinales aplicables a la comparación de marcas

Comparación entre marcas mixtas

Se deberá tomar en consideración que dentro del Proceso 72-IP-2013 de 8 de mayo de 2013, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado sobre la comparación entre signos mixtos, lo siguiente:

“El signo mixto puede estar conformado por una parte denominativa compuesta, integrada por dos o más palabras. Al respecto se estableció que: “No existe prohibición alguna para que los signos a registrarse adopten, entre otras, cualquiera de estas formas: se compongan de una palabra compuesta, o de dos o más palabras, con o sin significación conceptual y el acompañamiento o no de un gráfico (...)”⁴.

Sobre el tema, la jurisprudencia sentada por este Tribunal ha sostenido lo siguiente:

“La marca mixta es una unidad, en la cual se ha solicitado el registro del elemento nominativo como el gráfico, como uno solo. Cuando se otorga el registro de la marca mixta se la protege en su integridad y no a sus elementos por separado”. (Proceso 56-IP-2013, marca: WESCO COLOR CENTER (mixta), publicado en la Gaceta Oficial 221 de 22 de julio de 2013, citando al Proceso 55-IP-2002, diseño industrial: “BURBUJA VIDEOS 2000”, publicado en la Gaceta Oficial 821 de 01 de agosto de 2002).

De igual manera reiteró: “La doctrina se ha inclinado a considerar que, en general, el elemento denominativo de la marca mixta suele ser el más característico o determinante, teniendo en cuenta la fuerza expresiva propia de las palabras, las que por definición son pronunciables, lo que no obsta para que en algunos casos se le reconozca prioridad al

⁴ Proceso 13-IP-2001, publicado en la G.O.A.C. 677 de 13 de junio de 2001, marca: “BOLIN BOLA”. TRIBUNAL DE JUSTICIA DE LA COMUNIDAD ANDINA.

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

elemento gráfico, teniendo en cuenta su tamaño, color y colocación, que en un momento dado pueden ser definitivos. El elemento gráfico suele ser de mayor importancia cuando es figurativo o evocador de conceptos, que cuando consiste simplemente en un dibujo abstracto". (Proceso 56-IP-2013, ya citado, citando al Proceso 26-IP-98, marca: (mixta) "C.A.S.A", publicado en la Gaceta Oficial 410 de 24 de febrero de 1999).

En este caso, se deberá determinar el elemento característico del signo mixto y, posteriormente, proceder al cotejo de los signos en conflicto. Si el elemento predominante es el denominativo, el cotejo entre signos deberá realizarse de conformidad con las reglas para la comparación entre signos denominativos.

Prevalencia del elemento nominativo

En el presente análisis es de señalar que teniendo en cuenta que en el signo solicitado y en la marca opositora predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema.

c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.

d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.

e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.

***f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos.**"⁵*

Análisis comparativo

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, conformado por la expresión iSEMC y un elemento gráfico compuesto por seis cuadriláteros azules dispuestos de forma asimétrica. Por su parte, la marca opositora es de naturaleza mixta conformada por la expresión ISEC, el lema "Soluciones que unen y comunican al hombre" y un elemento gráfico de círculos concéntricos y polígonos en tonalidades grises.

Al realizar la valoración de conjunto de las denominaciones en conflicto, puede observarse que ambas estructuras proyectan una impresión visual y auditiva sumamente cercana, centrada en la secuencia vocálica y consonántica global. El consumidor promedio, al percibir el signo solicitado iSEMC, difícilmente logrará desvincularlo de la marca previamente registrada ISEC, toda vez que la estructura silábica y el ritmo fonético son casi idénticos, generando una impresión de un mismo origen empresarial.

A juicio de esta Dirección, las expresiones comparten una base común que constituye el eje central del signo, pues la secuencia I-S-E-C está presente de manera íntegra en

⁵ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

ambas denominaciones. Si bien el signo solicitado inserta la consonante "M" antes de la "C" final, este elemento carece de la fuerza necesaria para dotar de una identidad propia al conjunto, pues se percibe como una ligera variación fonética que no rompe la unidad del signo opositor. En el presente caso se puede concluir que la raíz léxica es prácticamente idéntica, lo que refuerza la posibilidad de que el público asocie el nuevo signo como una extensión o línea secundaria de la marca preexistente.

Esta identidad fonética se ve acentuada por la ubicación de la sílaba tónica en la terminación de ambos vocablos, provocando que la pronunciación de ISEMC e ISEC resulte casi idéntica en el tráfico comercial. Con relación a lo anterior, ambos signos carecen de una connotación ideológica o conceptual en el idioma español, puntualmente en el contexto colombiano. De tal modo, un consumidor promedio no podría asociar ninguna de las denominaciones con un concepto específico que pudiera servir eventualmente como un elemento diferenciador. En ausencia de un significado específico, la percepción del consumidor se centra únicamente en la similitud ortográfica y fonética de las expresiones, lo que aumenta la probabilidad de confusión como ya se indicó.

Finalmente, dadas las marcadas similitudes ortográficas y fonéticas detectadas, esta Dirección determina que existe un riesgo de confusión directo entre los signos analizados. La coexistencia de ISEMC e ISEC en el mercado induciría al error al consumidor, quien podría adquirir un producto bajo la creencia de que pertenece a la misma casa comercial del signo opositor o en su defecto, que existe un vínculo económico entre los titulares.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

9: Procesadores de vídeo; módulos de led; monitores de ledes; paneles de anuncios a led; paneles de visualización a led; paneles de visualización de diodos electroluminiscentes [led]; pantallas led; televisores de led; monitores con pantalla lcd; monitores lcd; paneles con pantalla lcd; paneles lcd; pantallas lcd; pantallas lcd de gran formato; pizarras interactivas electrónicas; monitores de pantalla táctil; pantallas de visualización led; pantallas electrónicas publicitarias; pantallas electrónicas sensibles al tacto; aparatos de videoconferencia; controladores de monitores de video.

El signo confrontado identifica:

Expediente

Productos

14091874

(9): Aparatos y dispositivos de comunicación.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos que identifican ambos signos.

Análisis de Conexidad Competitiva

Conexidad de Productos en Clase 9

La Dirección observa **identidad** en los productos de la clase 9 que identifican los signos

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

en conflicto. Lo anterior encuentra sustento en el hecho que el signo solicitado pretende identificar: *aparatos de videoconferencia* mientras que la marca registrada identifica: *aparatos y dispositivos de comunicación*. En ese orden de ideas, no deviene necesario establecer conexión competitiva entre los mismos y el riesgo de confusión existente, no solo se desprende de la estrecha similitud entre los signos, sino que también concurre al presente caso una equivalencia entre los productos identificados por los mismos.

Se precisa que, si bien las expresiones no son literales, existe una relación de **género-especie**, toda vez que los *aparatos de videoconferencia* (especie) se encuentran contenidos de forma intrínseca dentro de la categoría general de *aparatos y dispositivos de comunicación* (género). De esta manera, sin efectuar mayor análisis, dado su grado de similitud, es claro que los productos comparten la misma naturaleza, finalidad y están dirigidos al mismo consumidor, lo cual supone que al momento de pretender adquirirlos incurra en riesgo de confusión al pensar erradamente que los productos provienen de un único empresario. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos, y a la inversa, lo cual no se da en el presente caso, donde se trata de productos idénticos para marcas altamente similares.

Respecto de los productos restantes solicitados no idénticos, se advierte el cumplimiento del criterio de **razonabilidad**. Es plenamente lógico y previsible para el consumidor que una empresa dedicada a la provisión de *aparatos y dispositivos de comunicación* (cobertura de la marca opositora) extienda su oferta comercial hacia la infraestructura de visualización y procesamiento necesaria para el funcionamiento de dichos sistemas, tales como *pantallas electrónicas publicitarias o procesadores de vídeo* (cobertura del solicitante). Esta percepción se refuerza por la convergencia tecnológica en el mercado actual, donde los equipos de transmisión de información y los periféricos de salida visual operan bajo un mismo ecosistema técnico, induciendo al público a asumir razonablemente que provienen del mismo origen empresarial.

Asimismo, se configura una estrecha **complementariedad**, pues el uso funcional de los *aparatos y dispositivos de comunicación* (cobertura del opositor), especialmente en entornos corporativos o publicitarios, genera la necesidad imperativa de contar con *pantallas led, monitores de pantalla táctil o controladores de monitores de video* (cobertura del solicitante) para que la comunicación sea efectiva y ejecutable. No se trata de una simple utilización conjunta, sino de una dependencia operativa donde los periféricos visuales y de procesamiento actúan como el soporte indispensable para la finalidad comunicativa de los dispositivos de la marca opositora. Esta relación de interdependencia económica y técnica garantiza que los productos se comercialicen a través de los mismos canales de distribución especializada y se dirijan a un público objetivo idéntico, consolidando así el riesgo de confusión en el mercado.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el Literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **fundada** la oposición interpuesta por la sociedad **INGENIERIA Y SERVICIO ESPECIALIZADO DE COMUNICACIONES S.A.**

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **iSEMC** (Mixta) para distinguir productos

Ref. Expediente N° SD2025/0045204

comprendidos en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por la sociedad **SIT SOLUCIONES INTEGRALES DE TECNOLOGIA SAS**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a la sociedad **SIT SOLUCIONES INTEGRALES DE TECNOLOGIA SAS**, solicitante del registro y a la sociedad **INGENIERIA Y SERVICIO ESPECIALIZADO DE COMUNICACIONES S.A.** opositora, 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 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 19 de febrero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 9: Procesadores de vídeo; módulos de led; monitores de ledes; paneles de anuncios a led; paneles de visualización a led; paneles de visualización de diodos electroluminiscentes [led]; pantallas led; televisores de led; monitores con pantalla lcd; monitores lcd; paneles con pantalla lcd; paneles lcd; pantallas lcd; pantallas lcd de gran formato; pizarras interactivas electrónicas; monitores de pantalla táctil; pantallas de visualización led; pantallas electrónicas publicitarias; pantallas electrónicas sensibles al tacto; aparatos de videoconferencia; controladores de monitores de video.