

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 20480

Ref. Expediente N° SD2025/0073719

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 24 de julio de 2025, la sociedad GEOCOM SOFTWARE COLOMBIA SAS, solicitó el registro de la Marca GEOCOM INNOVACIÓN TECNOLÓGICA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1084, 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

¹ **35:** Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de publicidad, de marketing y de promoción; servicios de asistencia comercial; servicios de contabilidad y teneduría de libros; tramitación administrativa de pedidos de compra; suministro de información y asesoramiento comercial al consumidor en la elección de productos y servicios; servicios de centrales telefónicas / servicios de atención telefónica; consultoría sobre gestión de personal; consultoría sobre gestión empresarial; consultoría sobre organización de negocios, adquisición y comercialización (de software y aplicaciones tecnológicas.).

42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software; desarrollo; alquiler de software; consultoría sobre software; consultoría tecnológica; desarrollo de plataformas informáticas; desarrollo de software en el marco de la edición de software; diseño de software; instalación de software; mantenimiento de software; software como servicio.



Ref. Expediente N° SD2025/0073719

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.

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	GEOCOL CONSULTORES S.A.	GEOCOL CONSULTORES S.A.	SD2017/0067462	11	37, 42	Marca	Registrada	25/07/2028

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° SD2025/0073719

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
	

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 ortográfica y fonéticamente confundibles, dado que el signo solicitado **GEOCOM INNOVACIÓN TECNOLÓGICA** reproduce parcialmente el conjunto nominativo del signo antecedente sin que existan diferencias suficientes para diluir el riesgo de confusión.

Previamente, esta Dirección aclara que las expresiones **INNOVACIÓN TECNOLÓGICA** y **CONSULTORES S.A.** no serán tenidas en cuenta en el cotejo marcario, debido a que se trata de términos de carácter genérico y descriptivo, los cuales carecen de fuerza distintiva y no cumplen la función de identificar el origen empresarial, razón por la cual el análisis de confundibilidad se centrará exclusivamente en los elementos **GEOCOM** y **GEOCOL**.

Desde el punto de vista ortográfico, los signos **GEOCOM** y **GEOCOL** presentan un alto grado de similitud visual, al compartir cinco de sus seis grafemas y una estructura gráfica prácticamente idéntica. Ambos se componen de la secuencia inicial GEOCO–, diferenciándose únicamente en la última consonante (M frente a L), lo cual constituye una variación mínima ubicada en posición final. La longitud equivalente, el mismo patrón de letras y la coincidencia casi total de la raíz gráfica generan una impresión visual global muy próxima, susceptible de ser percibida como una mera variación del mismo signo.

Desde la perspectiva fonética, la similitud es igualmente relevante. Ambos signos comparten los mismos fonemas iniciales /jeo.ko/, difiriendo únicamente en el fonema final /m/ frente a



Ref. Expediente N° SD2025/0073719

///. Esta diferencia, además de producirse en posición terminal, puede diluirse en la pronunciación rápida o descuidada propia del lenguaje oral, especialmente en entornos comerciales. En términos de sonoridad, ambos signos generan una cadencia y una resonancia muy próximas, lo que incrementa la probabilidad de confusión auditiva.

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

Dentro de los servicios a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

Clase 42: Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software; desarrollo; alquiler de software; consultoría sobre software; consultoría tecnológica; desarrollo de plataformas informáticas; desarrollo de software en el marco de la edición de software; diseño de software; instalación de software; mantenimiento de software; software como servicio.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2017/0067462 Clase 42: Peritajes ambientales; protección ambiental (investigación en materia de -); protección ambiental (investigación en el ámbito de la -); recopilación de información medioambiental; servicios de consultoría medioambiental; servicios de consultoría sobre planificación medioambiental; servicios de control medioambiental; servicios de investigación geofísica; servicios de consultoría en materia de geofísica; exploración geofísica; servicios de consultoría relacionados con la geología; gestión de proyectos; estudios de proyectos de ingeniería; estudios de proyectos técnicos en materia de construcción; diseño de oleoductos y gasoductos; realización de estudios de proyectos técnicos para la construcción; proyectos técnicos (estudio de -); estudios de viabilidad técnica.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 42 internacional de las marcas confrontadas (Razonabilidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados t de acuerdo con el el criterio de razonabilidad, esta Dirección encuentra que se configura una conexión competitiva directa entre los *servicios científicos y tecnológicos*, así como los *servicios de investigación, diseño, análisis e investigación industriales* del signo solicitado en la clase 42 y los *servicios de investigación geofísica e investigación en materia de protección ambiental* amparados por la marca registrada en la misma clase. Todos estos servicios se inscriben en el ámbito común de la investigación científica aplicada y del desarrollo tecnológico especializado, compartiendo métodos, enfoques técnicos y finalidades similares.

En efecto, la investigación geofísica y la investigación ambiental constituyen disciplinas específicas que, por su propia naturaleza, se apoyan en actividades de análisis científico, diseño metodológico, estudios técnicos y evaluación de datos industriales y ambientales. Tales servicios se desarrollan habitualmente dentro de proyectos científicos y tecnológicos más amplios, que incluyen investigación aplicada, modelación, análisis de

⁴ Ibidem, p.2.

Ref. Expediente N° SD2025/0073719

información y diseño de soluciones técnicas, coincidiendo plenamente con el contenido y alcance de los servicios científicos y tecnológicos en sentido general.

Desde la perspectiva del consumidor especializado como empresas del sector energético, minero, ambiental, de infraestructura o entidades públicas, resulta razonable asumir que un mismo empresario ofrezca de manera integrada servicios generales de investigación científica e industrial junto con servicios específicos de investigación geofísica y ambiental. Así, en el mercado, es habitual que consultoras técnicas y centros de investigación presten estos servicios de forma complementaria y bajo una misma marca, abarcando tanto servicios de investigación científica en general como especializada.

En consecuencia, atendiendo a la proximidad funcional, la complementariedad técnica y la coincidencia de finalidad, se configura una conexión competitiva relevante por razonabilidad entre los servicios del signo solicitado y los servicios amparados por la marca registrada en la clase 42, lo que permite al consumidor asumir razonablemente un origen empresarial común o vinculado y genera un riesgo de confusión o de asociación en el mercado.

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.

No obstante, lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a la clase 35 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...).”

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca GEOCOM INNOVACIÓN TECNOLÓGICA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por la sociedad GEOCOM SOFTWARE COLOMBIA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a la sociedad GEOCOM SOFTWARE

⁵ Servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño en estos ámbitos; servicios de análisis e investigación industriales; diseño y desarrollo de equipos informáticos y de software; desarrollo; alquiler de software; consultoría sobre software; consultoría tecnológica; desarrollo de plataformas informáticas; desarrollo de software en el marco de la edición de software; diseño de software; instalación de software; mantenimiento de software; software como servicio.

Ref. Expediente N° SD2025/0073719

COLOMBIA SAS, 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.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución, decídase la clase suspendida.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 20 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS