

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23516

Ref. Expediente N° SD2025/0086456

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 27 de agosto de 2025, COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A., solicitó el registro de la Marca red+ noticias (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9, 35, 38 y 41 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1077, 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

¹ 9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores; aplicaciones de software descargables; archivos de música descargables; archivos de vídeo descargables.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; alquiler de espacios publicitarios; alquiler de tiempo publicitario en medios de comunicación; búsqueda de patrocinadores; compilación de índices de información con fines comerciales o publicitarios; consultoría sobre estrategias de comunicación [publicidad]; desarrollo de conceptos publicitarios; difusión de material publicitario; fijación de carteles publicitarios; marketing / mercadotecnia; marketing mediante la colocación de productos de terceros en entornos virtuales; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta minorista; producción de programas de televenta; publicidad en línea por una red informática; publicidad radiofónica; publicidad televisada; redacción de textos publicitarios; servicios de comunicados de prensa; servicios de grupos de presión comercial / servicios de cabildeo comercial; servicios de relaciones de prensa; servicios de telemarketing; suscripción a servicios de telecomunicaciones para terceros.

38: Telecomunicaciones; comunicaciones por redes de fibra óptica; comunicaciones por terminales de ordenador; provisión de canales de telecomunicación para servicios de televenta; radiodifusión; servicios de agencias de noticias; suministro de foros en línea; teledifusión; transmisión de flujo continuo de datos [streaming]; transmisión de podcast; transmisión por satélite.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; alquiler de aparatos de radio y televisión; alquiler de cintas de vídeo; alquiler de grabaciones sonoras; dirección de espectáculos; distribución de películas; doblaje; exhibición de películas cinematográficas; grabación [filmación] en cintas de vídeo; interpretación de la lengua de señas; microedición; microfilmación; montaje de cintas de vídeo; organización de espectáculos [servicios de empresarios]; organización de espectáculos [servicios de empresarios]; organización y dirección de eventos de entretenimiento; producción de espectáculos; producción de películas que no sean publicitarias; producción de podcasts; producción de programas de radio y televisión; producción musical; programas de entretenimiento por radio; programas de entretenimiento por televisión; redacción de guiones televisivos y cinematográficos; representación de espectáculos de variedades; representación de espectáculos en vivo; reserva de localidades para espectáculos; servicios de entretenimiento prestados en entornos virtuales; servicios de estudios de cine; servicios de estudios de grabación; servicios de programación de programas de radio y televisión; servicios de reporteros; servicios de subtítulo para personas con discapacidad auditiva; servicios de técnicos de iluminación para eventos; servicios de tomas de vídeo por drones; servicios de tomas fotográficas por drones; suministro de películas, no descargables, mediante servicios de vídeo a la carta; suministro de programas de televisión, no descargables, mediante servicios de vídeo a la carta; suministro en línea de imágenes no descargables; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de vídeos no descargables.

Ref. Expediente N° SD2025/0086456

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 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

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° SD2025/0086456

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
Nominativa	RED MAS NOTICIAS	TELMEX COLOMBIA S.A.	13175445	10	9, 35, 38, 41	Marca	Registrada	26 mar. 2034
Mixta	RED + NOTICIAS	TELMEX COLOMBIA S.A.	13203037	10	9, 35, 38, 41	Marca	Registrada	17 jul. 2034
Mixta	RED + NOTICIAS	TELMEX COLOMBIA S.A.	13175382	10	9, 35, 38, 41	Marca	Registrada	26 mar. 2034
Mixta	RED + NOTICIAS	TELMEX COLOMBIA S.A.	13175386	10	9, 35, 38, 41	Marca	Registrada	26 mar. 2034

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

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



Ref. Expediente N° SD2025/0086456

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección evidencia que el signo red+ noticias (solicitado) y RED + NOTICIAS, RED + NOTICIAS, RED + NOTICIAS, RED MAS NOTICIAS (registrados) deberán ser analizados de forma sucesiva y no simultánea.

En efecto, es posible ver que el signo solicitado reproduce el elemento nominativo sobresaliente que hace parte de los signos antecedentes (red+ noticias / **RED + NOTICIAS** / **RED + NOTICIAS** / **RED + NOTICIAS** / **RED MAS NOTICIAS**), no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

La anterior situación, daría lugar a que el consumidor caiga en riesgo de confusión indirecto, al considerar que se trata productos y servicios que provienen del mismo empresario y que, para el caso concreto, comparten la misma base nominativa (**RED MAS NOTICIAS**) o que se encuentra ante una modificación del signo protegido, entendidos como una nueva referencia o renovación del signo en el mercado.

Así mismo, si bien el signo solicitado cuenta con elementos figurativos adicionales como lo son el tipo de letra, estos no son suficientes para dar ese carácter diferenciador que permita la coexistencia pacífica de los signos confrontados. Cabe recalcar, que el consumidor retiene con mayor facilidad la denominación de un signo distintivo pues es mediante su uso como adquieren los servicios en el comercio, siendo esta parte del signo analizado la que entra en conflicto con las marcas previamente registradas.

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 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.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0086456

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 9: Aparatos e instrumentos científicos, náuticos, geodésicos, fotográficos, cinematográficos, ópticos, de pesaje, de medición, de señalización, de control (inspección), de salvamento y de enseñanza; aparatos e instrumentos de conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad; aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido o imágenes; soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; mecanismos para aparatos de previo pago; cajas registradoras, máquinas de calcular, equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; extintores; aplicaciones de software descargables; archivos de música descargables; archivos de vídeo descargables.

Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; alquiler de espacios publicitarios; alquiler de tiempo publicitario en medios de comunicación; búsqueda de patrocinadores; compilación de índices de información con fines comerciales o publicitarios; consultoría sobre estrategias de comunicación [publicidad]; desarrollo de conceptos publicitarios; difusión de material publicitario; fijación de carteles publicitarios; marketing / mercadotecnia; marketing mediante la colocación de productos de terceros en entornos virtuales; presentación de productos en cualquier medio de comunicación para su venta minorista; producción de programas de televenta; publicidad en línea por una red informática; publicidad radiofónica; publicidad televisada; redacción de textos publicitarios; servicios de comunicados de prensa; servicios de grupos de presión comercial / servicios de cabildeo comercial; servicios de relaciones de prensa; servicios de telemarketing; suscripción a servicios de telecomunicaciones para terceros.

Clase 38: Telecomunicaciones; comunicaciones por redes de fibra óptica; comunicaciones por terminales de ordenador; provisión de canales de telecomunicación para servicios de televenta; radiodifusión; servicios de agencias de noticias; suministro de foros en línea; teledifusión; transmisión de flujo continuo de datos [streaming]; transmisión de pódcast; transmisión por satélite.

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° SD2025/0086456

Clase 41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales; alquiler de aparatos de radio y televisión; alquiler de cintas de vídeo; alquiler de grabaciones sonoras; dirección de espectáculos; distribución de películas; doblaje; exhibición de películas cinematográficas; grabación [filmación] en cintas de vídeo; interpretación de la lengua de señas; microedición; microfilmación; montaje de cintas de vídeo; organización de espectáculos [servicios de empresarios]; organización de espectáculos [servicios de empresarios]; organización y dirección de eventos de entretenimiento; producción de espectáculos; producción de películas que no sean publicitarias; producción de podcasts; producción de programas de radio y televisión; producción musical; programas de entretenimiento por radio; programas de entretenimiento por televisión; redacción de guiones televisivos y cinematográficos; representación de espectáculos de variedades; representación de espectáculos en vivo; reserva de localidades para espectáculos; servicios de entretenimiento prestados en entornos virtuales; servicios de estudios de cine; servicios de estudios de grabación; servicios de programación de programas de radio y televisión; servicios de reporteros; servicios de subtítulo para personas con discapacidad auditiva; servicios de técnicos de iluminación para eventos; servicios de tomas de vídeo por drones; servicios de tomas fotográficas por drones; suministro de películas, no descargables, mediante servicios de vídeo a la carta; suministro de programas de televisión, no descargables, mediante servicios de vídeo a la carta; suministro en línea de imágenes no descargables; suministro en línea de música no descargable; suministro en línea de vídeos no descargables.

Los signos previamente registrados identifican:

Expedientes	Productos y servicios
13175445	(9): Aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido e imágenes análogos o digitales (tales como el disco de vinilo, disco gramo fónico o cilindro fonográfico o cintas magnéticas como casete, la cinta de bobina y similares, cd audio, cd-rom, dvd, minidisc, d.a.t., d.c.c., discos duro, disquettes, cinta de video y similares) soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, dvd y otros soportes de grabación digitales; equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; publicaciones electrónicas (descargables). (35): Servicios de publicidad; publicidad por radio y televisión; facilitación de espacio en sitios web para publicidad de mercancías y servicios; explotación y/o dirección de una empresa comercial; dirección de los negocios, servicios y/o actividades de una empresa industrial o comercial. (38): Servicios de telecomunicaciones tales como prestación de servicios de información, prestación de servicios de internet y televisión por cable y abierta, la prestación de servicios de comunicación a través de redes de fibra óptica, comunicaciones por terminales de ordenador, comunicaciones radiofónicas, comunicaciones telegráficas, difusión de programas de televisión por redes de televisión por cable satelital o decodificada, mensajería electrónica y televisión por medios digitales e internet.

Ref. Expediente N° SD2025/0086456

(41): Servicios de educación, formación y servicios de entretenimiento tales como la distribución de programas de televisión; suministro de páginas web que comprenden imágenes, audio, video, contenido audio visual cuyo propósito principal es el recreo y entretenimiento, programas de televisión que comprenden imágenes, audio, video, contenido audio visual y cualquier otro servicio cuyo propósito principal sea el recreo, entretenimiento o diversión (de personas) suministro de publicaciones en línea no descargables y servicios de publicación por medios electrónicos.

13203037

(9): Aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido e imágenes análogos o digitales (tales como el disco de vinilo, disco gramófono o cilindro fonográfico o cintas magnéticas como casete, la cinta de bobina y similares, cd-audio, cd-rom, dvd, minidisc, d.a.t., d.c.c., discos duros, disquetes, cinta de video y similares); soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, dvd y otros soportes de grabación digitales; equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; publicaciones electrónicas (descargables).

(35): Servicios de publicidad; publicidad por radio y televisión; facilitación de espacio en sitios web para publicidad de mercancías y servicios; explotación y/o dirección de una empresa comercial; dirección de los negocios, servicios y/o actividades de una empresa industrial o comercial.

(38): Servicios de telecomunicaciones tales como prestación de servicios de información, prestación de servicios de internet y televisión por cable y abierta, la prestación de servicios de comunicación a través de redes de fibra óptica, comunicaciones por terminales de ordenador, comunicaciones radiofónicas, comunicaciones telegráficas, difusión de programas de televisión por redes de televisión por cable satelital o decodificada, mensajería electrónica y televisión por medios digitales e internet.

(41): Servicios de educación, formación y servicios de entretenimiento tales como la distribución de programas de televisión; suministro de páginas web y programas de televisión que comprenden imágenes, audio, video, contenido audio visual y cualquier otro servicio cuyo propósito principal sea el recreo, entretenimiento o diversión (de personas); suministro de publicaciones en línea no descargables y servicios de publicación por medios electrónicos.

13175386

(9): Aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido e imágenes análogos o digitales (tales como el disco de vinilo, disco gramófono o cilindro fonográfico o cintas magnéticas como casete, la cinta de bobina y similares, cd audio, cd-rom, dvd, minidisc, d.a.t., d.c.c., discos duros, disquetes, cinta de video y similares) soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, dvd y otros soportes de grabación digitales; equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; publicaciones electrónicas (descargables).

(35): Servicios de publicidad; publicidad por radio y televisión; facilitación de espacio en sitios web para publicidad de mercancías y servicios; explotación y/o dirección de una empresa comercial;

Ref. Expediente N° SD2025/0086456

dirección de los negocios, servicios y/o actividades de una empresa industrial o comercial.

(38): Servicios de telecomunicaciones tales como prestación de servicios de información, prestación de servicios de internet y televisión por cable y abierta, la prestación de servicios de comunicación a través de redes de fibra óptica, comunicaciones por terminales de ordenador, comunicaciones radiofónicas, comunicaciones telegráficas, difusión de programas de televisión por redes de televisión por cable satelital o decodificada, mensajería electrónica y televisión por medios digitales e internet.

(41): Servicios de educación, formación y servicios de entretenimiento tales como la distribución de programas de televisión; suministro de páginas web que comprenden imágenes, audio, video, contenido audio visual cuyo propósito principal es el recreo y entretenimiento, programas de televisión que comprenden imágenes, audio, video, contenido audio visual y cualquier otro servicio cuyo propósito principal sea el recreo, entretenimiento o diversión (de personas) suministro de publicaciones en línea no descargables y servicios de publicación por medios electrónicos.

13175382

(9): Aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido e imágenes análogos o digitales (tales como el disco de vinilo, disco gramófono o cilindro fonográfico o cintas magnéticas como casete, la cinta de bobina y similares, cd audio, cd-rom, dvd, minidisc, d.a.t., d.c.c., discos duros, disquetes, cinta de video y similares) soportes de registro magnéticos, discos acústicos; discos compactos, dvd y otros soportes de grabación digitales; equipos de procesamiento de datos, ordenadores; software; publicaciones electrónicas (descargables).

(35): Servicios de publicidad; publicidad por radio y televisión; facilitación de espacio en sitios web para publicidad de mercancías y servicios; explotación y/o dirección de una empresa comercial; dirección de los negocios, servicios y/o actividades de una empresa industrial o comercial.

(38): Servicios de telecomunicaciones tales como prestación de servicios de información, prestación de servicios de internet y televisión por cable y abierta, la prestación de servicios de comunicación a través de redes de fibra óptica, comunicaciones por terminales de ordenador, comunicaciones radiofónicas, comunicaciones telegráficas, difusión de programas de televisión por redes de televisión por cable satelital o decodificada, mensajería electrónica y televisión por medios digitales e internet.

(41): Servicios de educación, formación y servicios de entretenimiento tales como la distribución de programas de televisión; suministro de páginas web que comprenden imágenes, audio, video, contenido audio visual cuyo propósito principal es el recreo y entretenimiento, programas de televisión que comprenden imágenes, audio, video, contenido audio visual y cualquier otro servicio cuyo propósito principal sea el recreo, entretenimiento o diversión (de personas) suministro de publicaciones en línea no descargables y servicios de publicación por medios electrónicos.

Ref. Expediente N° SD2025/0086456

Conexidad competitiva entre los productos de la clase 9 (Identidad)

Es importante precisar que los signos distintivos no se conceden para clases en abstracto, sino para productos y servicios específicos. El signo solicitado limita su cobertura a aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido e imágenes; soportes de registro magnéticos; discos acústicos; discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales; equipos de procesamiento de datos; ordenadores; software; y aplicaciones de software descargables, todos ellos insertos en el sector de la tecnología y productos electrónicos.

Por su parte, los signos previamente registrados protegen igualmente productos de la clase 9, concretamente aparatos de grabación, transmisión o reproducción de sonido e imágenes en sus distintas modalidades, soportes de registro magnéticos, discos acústicos, discos compactos, DVD y otros soportes de grabación digitales, equipos de procesamiento de datos, ordenadores y software, coincidiendo plenamente con la cobertura del signo solicitado.

Conforme lo expuesto, la relación entre las coberturas evidencia conexidad competitiva por identidad, toda vez que ambos signos pretenden distinguir los mismos productos tecnológicos y electrónicos, coincidiendo en naturaleza, finalidad, canales de comercialización y público consumidor. En consecuencia, el consumidor puede asociar razonablemente que los productos solicitados y los previamente registrados provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un riesgo de confusión respecto de su procedencia.

Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 35 (Identidad)

Es importante precisar que los signos distintivos no se conceden para clases en abstracto, sino para productos y servicios específicos. El signo solicitado limita su cobertura a servicios de publicidad, gestión de negocios comerciales, administración comercial, trabajos de oficina, alquiler de espacios y tiempo publicitario, consultoría en comunicación, marketing, difusión de material publicitario, publicidad en línea, radiofónica y televisada, telemarketing y servicios de relaciones de prensa, todos ellos insertos en el sector de la gestión empresarial y publicitaria.

Por su parte, los signos previamente registrados protegen igualmente servicios de la clase 35, concretamente publicidad, publicidad por radio y televisión, facilitación de espacio en sitios web para publicidad, así como explotación y dirección de negocios comerciales e industriales, coincidiendo plenamente con la cobertura del signo solicitado.

Conforme lo expuesto, la relación entre las coberturas evidencia conexidad competitiva por identidad, toda vez que ambos signos pretenden distinguir servicios de publicidad y gestión de negocios comerciales, coincidiendo en naturaleza, finalidad, canales de prestación y público consumidor. En consecuencia, el consumidor puede asociar razonablemente que los servicios solicitados y los previamente registrados provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un riesgo de confusión respecto de su procedencia.

Conexidad competitiva de los servicios de la clase 38 (Identidad)

Es importante precisar que los signos distintivos no se conceden para clases en abstracto, sino para productos y servicios específicos. El signo solicitado limita su cobertura a telecomunicaciones, comunicaciones por redes de fibra óptica, comunicaciones por terminales de ordenador, provisión de canales de telecomunicación para televenta,

Ref. Expediente N° SD2025/0086456

radiodifusión, teledifusión, transmisión de datos en flujo continuo (streaming), transmisión de pódcast, transmisión por satélite, suministro de foros en línea y servicios de agencias de noticias, todos ellos insertos en el sector de las comunicaciones y telecomunicaciones.

Por su parte, los signos previamente registrados protegen igualmente servicios de la clase 38, concretamente prestación de servicios de telecomunicaciones, internet, televisión por cable y abierta, comunicaciones por redes de fibra óptica, comunicaciones por terminales de ordenador, comunicaciones radiofónicas y telegráficas, difusión de programas de televisión por cable satelital o decodificada, mensajería electrónica y televisión por medios digitales e internet, coincidiendo plenamente con la cobertura del signo solicitado.

Conforme lo expuesto, la relación entre las coberturas evidencia conexidad competitiva por identidad, toda vez que ambos signos pretenden distinguir servicios de telecomunicaciones y radiodifusión en sus distintas modalidades, coincidiendo en naturaleza, finalidad, canales de prestación y público consumidor. En consecuencia, el consumidor puede asociar razonablemente que los servicios solicitados y los previamente registrados provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un riesgo de confusión respecto de su procedencia.

Conexidad competitiva de los servicios de la clase 41 (Identidad)

Es importante precisar que los signos distintivos no se conceden para clases en abstracto, sino para productos y servicios específicos. El signo solicitado limita su cobertura a servicios de educación, formación, entretenimiento, actividades deportivas y culturales, así como producción, organización y distribución de espectáculos, programas de radio y televisión, películas, pódcasts, música y demás servicios vinculados al entretenimiento presencial y digital, todos ellos insertos en el sector de la educación y la industria cultural y de entretenimiento.

Por su parte, los signos previamente registrados protegen igualmente servicios de la clase 41, concretamente educación, formación y entretenimiento, incluyendo la distribución de programas de televisión, suministro de páginas web con contenido audiovisual para recreo y entretenimiento, suministro de publicaciones en línea no descargables y servicios de publicación por medios electrónicos, coincidiendo plenamente con la cobertura del signo solicitado.

Conforme lo expuesto, la relación entre las coberturas evidencia conexidad competitiva por identidad, toda vez que ambos signos pretenden distinguir servicios de educación, formación y entretenimiento en sus distintas modalidades, coincidiendo en naturaleza, finalidad, canales de prestación y público consumidor. En consecuencia, el consumidor puede asociar razonablemente que los servicios solicitados y los previamente registrados provienen de un mismo origen empresarial, configurándose así un riesgo de confusión respecto de su procedencia.

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° SD2025/0086456

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca red+ noticias (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca red+ noticias (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca red+ noticias (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 38 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Negar el registro de la Marca red+ noticias (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 41 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO QUINTO: Notificar de esta resolución a COMUNICACIÓN CELULAR S.A. COMCEL S.A., 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 SEXTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 31 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS