

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 28882

Ref. Expediente N° SD2025/0074038

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 24 de julio de 2025, ERAZO MUNOZ HOTEL SAS, solicitó el registro de la Marca FERROESTACION (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 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 irregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

“...a la Oficina Nacional Competente le corresponde realizar el examen de registrabilidad, el que es obligatorio y debe llevarse a cabo aún en el caso de que no hubiesen sido presentadas oposiciones; en consecuencia, la Autoridad Competente en ningún caso queda eximida de realizar el examen de fondo para conceder o negar el registro. En el caso de que sean presentadas oposiciones, la Oficina Nacional Competente se pronunciará acerca de ellas así como acerca de la concesión o de la denegación del registro solicitado.”

Causales de irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

No podrán registrarse como marcas aquellos signos cuyo uso en el comercio afectara indebidamente un derecho de tercero, en particular cuando:

¹ **35:** Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; servicios de compra y venta de materiales para construcción; servicios de tiendas minoristas de equipos de construcción; servicios de tiendas mayoristas de equipos de construcción; servicios administrativos en relación con referencias para contratistas de construcción general; servicios de gestión de proyectos comerciales en el marco de proyectos de construcción; servicios de tiendas mayoristas de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de tiendas mayoristas en línea de equipos de construcción; servicios de tiendas minoristas de herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta al por menor de herramientas manuales para la construcción; servicios de venta al por menor de utensillos manuales para la construcción; servicios de venta mayorista de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta minorista en línea de herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta minoristas en línea de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta minorista en relación con herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta al por menor o al por mayor de máquinas y aparatos para la construcción; servicios de venta al por menor y al por mayor de materiales de construcción no metálicos; servicios de venta minorista y mayorista de tubos rígidos no metálicos para la construcción; servicios administrativos de derivación de contratistas de construcción; servicios de venta minorista de equipos de construcción; servicios de franquicia de distribución de materiales de construcción a granel; servicios de tiendas minoristas de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta al por mayor de herramientas manuales para la construcción; servicios de venta al por mayor de maquinaria para la construcción; servicios de venta al por mayor de utensillos manuales para la construcción; servicios de tiendas mayoristas de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas mayoristas en línea de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas minoristas de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas minoristas en línea de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta al por mayor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta al por menor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta mayorista de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta mayorista en relación con artículos de ferretería metálicos; servicios de venta minorista de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta minorista en relación con artículos de ferretería metálicos.



Ref. Expediente N° SD2025/0074038

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.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marca previamente registrada

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	ferrovial construcción	Ferrovial SE	SD2020/0069981	11	35, 36, 37, 39, 40, 42	Marca	Registrada	25-may-2030

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° SD2025/0074038

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
FERROESTACION (Nominativa)	

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que entre los signos confrontados existen similitudes que los hacen confundibles conceptualmente. En efecto, ambos signos son idénticos en el campo ideológico, al evocar exactamente la misma idea de infraestructura y transporte ferroviario, pues comparten la expresión **“FERRO”**.

A este respecto, es importante tener en cuenta que el elemento primario para fijar la existencia o inexistencia de la semejanza entre marcas comparables es el significado de las mismas. En el presente caso, el término **“ESTACIÓN”** hace referencia al lugar físico donde se detienen y conectan los trenes, mientras que el término **“VIAL”** alude a las vías o infraestructuras que permiten la circulación. No obstante, ambos conceptos se



Ref. Expediente N° SD2025/0074038

encuentran dentro del mismo universo semántico de transporte e infraestructura ferroviaria, reforzando la similitud ideológica. Ahora bien, considerando que el signo solicitado es nominativo, no cuenta con elementos gráficos que puedan apartarlo del signo antecedente ni alterar la percepción del consumidor.

Por tanto, al incorporar la misma raíz conceptual **FERRO** y evocar ideas complementarias dentro del mismo campo de transporte, ambos mantienen la misma impresión global y confundible entre ellos.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

35: Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; servicios de compra y venta de materiales para construcción; servicios de tiendas minoristas de equipos de construcción; servicios de tiendas mayoristas de equipos de construcción; servicios administrativos en relación con referencias para contratistas de construcción general; servicios de gestión de proyectos comerciales en el marco de proyectos de construcción; servicios de tiendas mayoristas de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de tiendas mayoristas en línea de equipos de construcción; servicios de tiendas minoristas de herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta al por menor de herramientas manuales para la construcción; servicios de venta al por menor de utensillos manuales para la construcción; servicios de venta mayorista de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con equipos de construcción; servicios de tiendas minoristas en línea de herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de tiendas minoristas en línea de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta minorista en relación con herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta al por menor o al por mayor de máquinas y aparatos para la construcción; servicios de venta al por menor y al por mayor de materiales de construcción no metálicos; servicios de venta minorista y mayorista de tubos rígidos no metálicos para la construcción; servicios administrativos de derivación de contratistas de

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° SD2025/0074038

construcción; servicios de venta minorista de equipos de construcción; servicios de franquicia de distribución de materiales de construcción a granel; servicios de tiendas minoristas de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta al por mayor de herramientas manuales para la construcción; servicios de venta al por mayor de maquinaria para la construcción; servicios de venta al por mayor de utensilios manuales para la construcción; servicios de tiendas mayoristas de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas mayoristas en línea de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas minoristas de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas minoristas en línea de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta al por mayor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta al por menor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta mayorista de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta mayorista en relación con artículos de ferretería metálicos; servicios de venta minorista de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta minorista en relación con artículos de ferretería metálicos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2020/0069981 Clase 35: Servicios promocionales, de marketing y publicidad; negocios comerciales y servicios de información al consumidor; servicios de asistencia, dirección y administración de negocios; servicios de información, investigación y análisis de negocios.

Es importante precisar que los signos distintivos no protegen clases en abstracto, sino productos y servicios concretos, y que dentro de una misma clase pueden coexistir coberturas que, aunque diferentes en su especialidad, presentan vínculos funcionales o económicos que permiten inferir un mismo origen empresarial.

En el presente caso, se advierte conexidad competitiva bajo el criterio de razonabilidad entre las coberturas enfrentadas. En efecto, el signo solicitado ampara una amplia gama de servicios de gestión y administración de negocios comerciales, así como servicios de venta al por menor y al por mayor de materiales, equipos y herramientas para la construcción, mientras que el registro previo protege servicios de publicidad, marketing, promoción y administración de negocios.

Esta relación evidencia una conexión razonable entre los servicios, toda vez que ambos se desarrollan dentro del ámbito de la gestión empresarial y comercial, y comparten finalidades orientadas a facilitar la promoción, posicionamiento y distribución de productos en el mercado. En la práctica, es habitual que las empresas dedicadas a la comercialización y distribución de bienes, lo que puede llevar al consumidor a asociar dichos servicios con un mismo origen empresarial.

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° SD2025/0074038

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca FERROESTACION (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por ERAZO MUNOZ HOTEL SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a ERAZO MUNOZ HOTEL SAS, 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 TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 21 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **35:** Publicidad; gestión, organización y administración de negocios comerciales; servicios de compra y venta de materiales para construcción; servicios de tiendas minoristas de equipos de construcción; servicios de tiendas mayoristas de equipos de construcción; servicios administrativos en relación con referencias para contratistas de construcción general; servicios de gestión de proyectos comerciales en el marco de proyectos de construcción; servicios de tiendas mayoristas de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de tiendas mayoristas en línea de equipos de construcción; servicios de tiendas minoristas de herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta al por menor de herramientas manuales para la construcción; servicios de venta al por menor de utensillos manuales para la construcción; servicios de venta mayorista de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con equipos de construcción; servicios de tiendas minoristas en línea de herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de tiendas minoristas en línea de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta mayorista en relación con herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta minorista en relación con herramientas accionadas manualmente para la construcción; servicios de venta al por menor o al por mayor de máquinas y aparatos para la construcción; servicios de venta al por menor y al por mayor de materiales de construcción no metálicos; servicios de venta minorista y mayorista de tubos rígidos no metálicos para la construcción; servicios administrativos de derivación de contratistas de construcción; servicios de venta minorista de equipos de construcción; servicios de franquicia de distribución de materiales de construcción a granel; servicios de tiendas minoristas de instrumentos accionados manualmente para la construcción; servicios de venta al por mayor de herramientas manuales para la construcción; servicios de venta al por mayor de maquinaria para la construcción; servicios de venta al por mayor de utensillos manuales para la construcción; servicios de tiendas mayoristas de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas mayoristas en línea de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas minoristas de artículos de ferretería metálicos; servicios de tiendas minoristas en línea de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta al por mayor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta al por menor relacionados con ferretería metálica; servicios de venta mayorista de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta mayorista en relación con artículos de ferretería metálicos; servicios de venta minorista de artículos de ferretería metálicos; servicios de venta minorista en relación con artículos de ferretería metálicos.