

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29324

Ref. Expediente N° SD2025/0098754

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 25 de septiembre de 2025, CENTRAL INTEGRADORA DE TRANSPORTE DE LA CEJA S.A., solicitó el registro de la Marca movIQ MOVILIDAD INTELIGENTE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1081, 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:

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,

¹ 9: Software; software empresarial.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0098754

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
Nominativa	MOVI-C	SEW-EURODRIVE GmbH and Co KG	16016946	10	7, 9, 37	Marca	Registrada	31/07/2035
Mixta	MOVIC	MOVICTEC TECNOLOGIA SAS	15149932	10	9	Marca	Registrada	11/11/2026

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
---------------------	---------------------

•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:

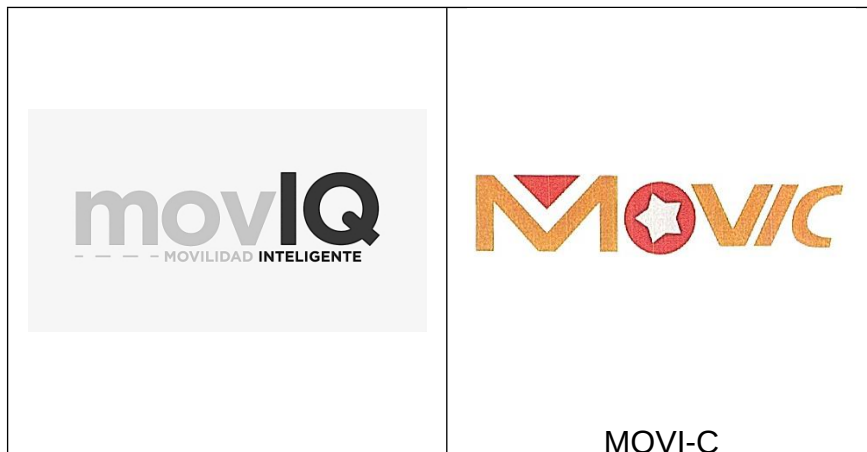
a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. 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° SD2025/0098754



Jurisprudencia

El Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que: “En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.

Análisis comparativo

Desde el punto de vista fonético, el signo solicitado **movIQ MOVILIDAD INTELIGENTE** y la marca previamente registrada **MOVIC** presentan una alta similitud sonora.

El elemento dominante del signo solicitado es la expresión **movIQ**, por cuanto el complemento “MOVILIDAD INTELIGENTE” tiene un carácter claramente descriptivo o explicativo de los productos que pretende distinguir, razón por la cual no resulta determinante en la impresión auditiva del signo. En consecuencia, el análisis fonético debe centrarse en la expresión **movIQ**.

Al ser pronunciado el término **movIQ** se articula comúnmente como “mó-vik” o “mó-vi-k”, atendiendo a que la letra **Q** suele fonetizarse con un sonido fuerte similar al de la consonante **C** al final de palabra. De manera análoga, la marca “MOVIC” se pronuncia como “mó-vik”, con idéntica estructura silábica y acentuación en la primera sílaba.

Ambos signos comparten la secuencia fonética inicial **MOVI**, la cual constituye el núcleo principal de la pronunciación y es precisamente la parte que primero percibe y retiene el consumidor. La diferencia entre la terminación **Q** y **C** carece de relevancia fonética, puesto que ambas generan un sonido final prácticamente idéntico en el idioma español.

En consecuencia, al ser pronunciados de manera sucesiva o en condiciones normales de mercado, los signos **movIQ** y **MOVIC** producen una impresión sonora sustancialmente coincidente, lo que conlleva a que el consumidor medio pueda confundirlos o asociarlos, creyendo erróneamente que provienen del mismo origen empresarial o de empresas vinculadas.

Ref. Expediente N° SD2025/0098754

Ahora bien, desde el punto de vista fonético, entre el signo solicitado **moviQ MOVILIDAD INTELIGENTE** y la marca previamente registrada **MOVI-C** presentan una similitud sonora relevante, susceptible de generar confusión en el consumidor medio.

En el signo solicitado, el elemento con mayor fuerza distintiva es la expresión **moviQ**, toda vez que el complemento “MOVILIDAD INTELIGENTE” cumple una función meramente descriptiva y no incide de manera determinante en la percepción auditiva del signo. En consecuencia, el análisis fonético debe concentrarse en dicho elemento principal.

Ahora bien, aunque la marca fundamento de la negación incorpora un guion entre los elementos **MOVI** y **C**, este recurso gráfico no altera su pronunciación, puesto que, en el uso ordinario del lenguaje y en el tráfico comercial, el signo se articula de manera continua y de corrido, sin pausas ni separaciones sonoras. Así, **MOVI-C** se pronuncia naturalmente como “mó-vik”, con un sonido final equivalente al de la consonante **C** o **K**.

De manera coincidente, el término **moviQ** se pronuncia en español como “mó-vik”, en tanto la letra “Q” ubicada en posición final genera un sonido fuerte que resulta fonéticamente equivalente al de la consonante “C”. En este sentido, ambos signos presentan idéntica estructura silábica, acentuación y ritmo, produciendo una impresión sonora prácticamente indistinguible, aun cuando gráficamente exista un guion en la marca **MOVI-C**, desde la óptica fonética su pronunciación es sustancialmente equivalente a la del signo solicitado **moviQ**, lo que conlleva a un alto riesgo de confusión o asociación respecto del origen empresarial de los productos o servicios identificados.

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 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 productos⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

9: Software; software empresarial.

Los signos previamente registrados o solicitados identifican:

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° SD2025/0098754

Expedientes

Producto y servicios

16016946

(7): Motores eléctricos que no sean para vehículos terrestres.

(9): Aparatos e instrumentos de conducción, conmutación, conversión, acumulación, regulación y control de la electricidad; convertidores de frecuencia; controladores lógicos; programables; aparatos de control eléctrico y electrónico; programas informáticos para controlar máquinas; software de planificación para accionamientos eléctricos; programas; informáticos para planificar instalaciones industriales.

(37): Instalación, montaje, mantenimiento, reparación y revisión de sistemas de accionamiento electrónicos, eléctricos y mecánicos, así como de órganos de transmisión; diagnóstico; de máquinas en el contexto del mantenimiento y la reparación.

15149932

(9): Teléfonos celulares y tabletas.

Comparación entre los productos del signo solicitado y los registrados en el expediente 16016946

Los productos que se pretendían registrar bajo el signo solicitado corresponden a **software y software empresarial**, los cuales están destinados a la gestión, control, planificación y optimización de procesos operativos y productivos. Este tipo de programas informáticos se emplea comúnmente en entornos industriales, empresariales y tecnológicos, donde interactúan de manera directa con sistemas eléctricos, electrónicos y automatizados.

Por su parte, los productos amparados por la marca previamente registrada comprenden tanto **aparatos e instrumentos eléctricos y electrónicos de control** como **programas informáticos diseñados específicamente para controlar máquinas, planificar accionamientos eléctricos y gestionar instalaciones industriales**. En este contexto, resulta evidente que el software empresarial puede cumplir funciones idénticas o complementarias a los programas informáticos protegidos por la marca anterior, e incluso operar de forma integrada con los equipos y controladores eléctricos que dicha marca distingue.

Ambos tipos de productos comparten una finalidad técnica y funcional común, orientada al control, automatización, planificación y gestión de procesos industriales o empresariales; se dirigen al mismo público especializado, compuesto por empresas, ingenieros, técnicos y operadores industriales; y se comercializan a través de canales comerciales, tales como proveedores de soluciones tecnológicas, integradores de sistemas, distribuidores de software y plataformas especializadas.

Comparación entre los productos del signo solicitado y los registrados en el expediente 15149932

El software que se pretende registrar constituido en **aplicaciones y programas informáticos** que, por su propia naturaleza, requieren de **dispositivos electrónicos** para su funcionamiento, entre los cuales se encuentran de manera destacada los **teléfonos celulares y las tabletas**.

Estos dispositivos móviles son actualmente plataformas esenciales de ejecución, distribución y uso del software, incluyendo software orientado a la gestión de procesos, comunicaciones e incluso el de análisis de datos. De este modo, existe una relación

Resolución N° 29324

Ref. Expediente N° SD2025/0098754

estrecha y necesaria entre el software y los dispositivos móviles, en la medida en que aquellos se diseñan y utilizan específicamente para operar en este tipo de hardware.

Adicionalmente, ambos productos se dirigen al **mismo público consumidor**, tanto empresarial como general, y se ofrecen a través de **canales de comercialización convergentes**, tales como tiendas tecnológicas, distribuidores de soluciones digitales, marketplaces electrónicos y proveedores de servicios tecnológicos integrales. Asimismo, es común que el consumidor asocie el software con el fabricante o proveedor de los dispositivos en los que se ejecuta.

En ese sentido, el software solicitado y los **teléfonos celulares y tabletas** protegidos por la marca previamente registrada mantienen una relación de complementariedad funcional y comercial, lo cual configura una **conexión competitiva** para generar riesgo de confusión o asociación respecto del origen empresarial de los productos.

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 ofrecidos en el mercado.

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la (s) causal (es) de irregistrabilidad establecida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca movIQ MOVILIDAD INTELIGENTE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por CENTRAL INTEGRADORA DE TRANSPORTE DE LA CEJA S.A., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a CENTRAL INTEGRADORA DE TRANSPORTE DE LA CEJA S.A., 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 archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 22 de abril de 2026

⁵ 9: Software; software empresarial.

Ref. Expediente N° SD2025/0098754



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS