

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29526

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 23 de abril de 2025, **TECNO TELECOM (HK) LIMITED**, solicitó el registro de la Marca **TECNO POP** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 del 8 de mayo de 2025, **CORPORACION EL ROSADO S.A.**, presentó oposición con fundamento en artículo 136, literal a), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“(…)

QUINTO: Existe similitud gramatical, fonética y conceptual entre el signo TECNO POP (mixto), que se pretende registrar, y la marca de titularidad de mi poderdante, TEKNO (nominativa). En efecto, aplicando los criterios básicos, aceptados por la doctrina y la jurisprudencia en materia de confrontación de signos distintivos, se puede concluir que los signos enfrentados resultan similarmente confundibles desde las perspectivas anotadas.

En tanto la marca opositora es nominativa y la marca solicitada a registro es una marca mixta en la que predomina su elemento nominativo, su comparación debe realizarse de conformidad con los siguientes criterios de cotejo de marcas denominativas, recogidos por la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, que indican lo siguiente:

*“Regla 1.- La confusión resulta de la impresión de conjunto despertada por las marcas.
Regla 2.- Las marcas deben examinarse sucesivamente y no simultáneamente.
Regla 3.- Deben tenerse en cuenta las semejanzas y no las diferencias que existen entre las marcas.
Regla 4.- Quien aprecie el parecido debe colocarse en el lugar del comprador presunto y tener en cuenta la naturaleza de los productos.
(…)”*

El tratadista Fernández Novoa ofrece los siguientes criterios en torno a la comparación de marcas denominativas. Ellos han sido recogidos en varios pronunciamientos del

¹ 9: Teléfonos inteligentes [smartphones]; teléfonos móviles; pilas eléctricas; cargadores de pilas y baterías; cables USB; ordenadores; ordenadores notebook; tabletas electrónicas; hardware; software grabado; Aparatos de procesamiento de datos; programas informáticos descargables; teclados de ordenador; módems; ratones [periféricos informáticos]; alfombrillas de ratón; láminas protectoras diseñadas para pantallas de ordenador; fundas para ordenadores portátiles; soportes diseñados para ordenadores portátiles; carcasas para tabletas electrónicas; Bolsas diseñadas para ordenadores portátiles; estaciones de acoplamiento electrónicas; auriculares inalámbricos; cascos auriculares montados en el cuello; cascos auriculares; Auriculares; altavoces inalámbricos; altavoces inteligentes; cargadores para teléfonos móviles; adaptadores para redes informáticas; tableros de conexiones; relojes inteligentes; Pulseras inteligentes; gafas inteligentes; gafas de realidad virtual; rúters de redes informáticas; cámaras web; interruptores inteligentes; cables de datos; enrutadores inalámbricos; receptores móviles de datos; fuentes de alimentación de energía portátiles [baterías recargables]; decodificadores de televisión; televisores; bancos de energía; Enchufes hembra; interruptores; enchufes macho; pilas solares; robots humanoides con funciones de comunicación y aprendizaje para asistir y entretener a personas; películas de protección diseñadas para teléfonos inteligentes [smartphones]; estuches para teléfonos inteligentes [smartphones]; plantas solares fotovoltaicas; cajas de empalme [electricidad].

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

Tribunal, como en el emitido en el Proceso 1-IP-2005: Marca: "LOREX".

"(...) ha de ser realizada una visión de conjunto o sintética, operando con la totalidad de los elementos integrantes, sin descomponer su unidad fonética y gráfica en fonemas o voces parciales, teniendo en cuenta, por lo tanto, en el juicio comparativo la totalidad de las sílabas y letras que forman los vocablos de las marcas en pugna, sin perjuicio de destacar aquellos elementos dotados de especial eficacia caracterizante, atribuyendo menos valor a los que ofrezcan atenuada función diferenciadora."

Teniendo en cuenta las anteriores pautas, tal y como se explicará en este escrito, los signos en cuestión, - apreciados cada uno en su conjunto, vistos de manera sucesiva y no simultánea, y excluyendo o atribuyendo menos valor a los componentes carentes de función diferenciadora -, presentan similitudes susceptibles de generar confusión en el público consumidor ya que el signo solicitado a registro reproduce el componente denominativo y determinante de la marca registrada TEKNO de mi representada.

La única diferencia entre los signos consiste en que la marca solicitada a registro incluye la expresión "POP", que no cumple función diferenciadora, como quiera que la palabra "POP", en el campo de las telecomunicaciones y la informática, es un término genérico para referirse a un "punto de presencia" (point of presence), que consiste en una ubicación física donde se conectan dos o más redes, centros de datos o dispositivos de comunicación que desempeña un papel crucial a la hora de facilitar el tráfico de Internet y garantizar un intercambio fluido de datos, o bien a un protocolo informático que permite a los usuarios descargar correos electrónicos de un servidor de correo electrónico remoto o servidor POP y manejar tales correos desde sus aplicaciones o cuentas de correo.

"Un punto de presencia, comúnmente abreviado como PoP, es un componente fundamental en la arquitectura de Internet. Representa un punto de acceso en una ubicación física específica donde se interconectan múltiples redes o dispositivos de comunicación. Estos puntos sirven como puntos de acceso o puertas de enlace a Internet, lo que permite una transmisión de datos sin problemas entre diferentes segmentos de la red. Un PoP generalmente incluye equipos esenciales como enrutadores, conmutadores, servidores y otro hardware de red."

"POP es un acrónimo que viene del inglés y significa Post Office Protocol. Este protocolo es uno de los más usados a nivel mundial y se utiliza en los aplicativos de correo electrónico para establecer una conexión con un servidor y de esta forma poder manejar los correos desde la aplicación o cliente de correo en cuestión".

"En un entorno informático, cuando hablamos de POP (Post Office Protocol), nos referimos a un tipo de protocolo usado para conseguir los correos electrónicos guardados en un servidor remoto cuyo nombre es servidor POP. Por tanto, la mayoría de aplicaciones de correo electrónico utilizan este protocolo".

Adicionalmente, el término POP es una partícula de uso común contenida en un extenso número de marcas registradas en clases 09, de distintos titulares, tales como POP, i POP, L-POP, KPOP, POP THE SYSTEM, POP SWATCH, POPCLICK, POPSOCKETS, AUDIO POP, POPTEL, POP ART FRUITS, POPTIVISM, POPGRIP, POPMINIS, POPTOP, VAN DER POP, BUBBLE POP LABORATORY, POPMIRROR, POPPOWER, POPCASE, ECHO POP, POP MART, entre otras.

Dado el amplio número de marcas registradas en clase 09 que contienen la partícula POP, de distintos titulares, así como en razón de su significado en campo de la informática y de las tecnologías de las telecomunicaciones, "POP" es un término de uso común, genérico y con aptitud descriptiva de características o funcionalidades de productos de clase 09. Así, la palabra "POP" carece de distintividad y no opera como factor de diferenciación en relación con productos de clase 09; por consiguiente, debe

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

ser excluida del cotejo marcario o debe atribuirse a ella menor valor, por ser genérica, de uso común y descriptiva, por consiguiente, no idónea para indicar un único origen empresarial.

En ese orden de ideas, entre los signos en cuestión, apreciados cada uno en su conjunto y con exclusión del elemento genérico, descriptivo y de uso común “POP”, vistos de manera sucesiva y no simultánea (TEKNO / TECNO POP), resultan casi idénticos y susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

El análisis comparativo de las marcas enfrentadas que permite concluir su confundibilidad visual, ortográfica y fonética:

▪ **SIMILITUD VISUAL**

Los signos en comparación son, de un lado, la marca nominativa, TEKNO, previamente registrada, y del otro lado, la marca mixta TECNO POP, solicitada a registro.

**MARCAS FUNDAMENTO DE OPOSICIÓN MARCA OBJETO DE OPOSICIÓN
TEKNO TECNO POP**

Al comparar las marcas TEKNO y TECNO POP, desde una perspectiva visual y ortográfica, es evidente que estas, apreciadas en sus conjuntos, de manera sucesiva y no simultánea, presentan la misma impresión general, puesto que, excluyendo o atribuyéndose menor atención al elemento de uso común, POP, contenido en la marca solicitada a registro, los elementos predominantes se reducen a las expresiones TEKNO / TECNO que determinan la impresión visual de los signos.

Por consiguiente, el signo solicitado a registro no presenta diferencias gramaticales, ortográficas o visuales suficientes para desvanecer su similitud general respecto de la marca previamente registrada de mi representada, por lo cual su uso en el comercio puede causar un riesgo de confusión o asociación en el consumidor.

▪ **SIMILITUD FONÉTICA**

Fonéticamente, el signo solicitado a registro reproduce en su totalidad la marca previamente registrada TEKNO; en lo único que difieren es las letras K y C, sin que dicha diferencia tenga significancia una perspectiva fonética, ya que las palabras TEKNO y TECNO se pronuncian de forma idéntica.

Así, la similitud fonética entre ambos conjuntos marcarios es una consecuencia inevitable de la semejanza ortográfica, salvo por la inclusión de la palabra POP, la cual, debido a su carácter genérico, descriptivo y de uso común, no opera como factor de diferenciación.

En este orden de ideas, al existir una alta similitud, gramatical y fonética entre las marcas comparadas podemos afirmar que son confundibles, por lo cual su coexistencia en el comercio para identificar productos iguales o relacionados competitivamente generaría un riesgo de confusión directa, indirecta y riesgo de asociación en el público consumidor.

Respecto de la confusión directa e indirecta, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha establecido lo siguiente:

El Tribunal ha sostenido que la identidad o la semejanza de los signos puede dar lugar a dos tipos de confusión: la directa, caracterizada porque el vínculo de identidad o semejanza induce al comprador a adquirir un producto o usar un servicio determinado en la creencia de que está comprando o usando otro, lo que implica la existencia de un cierto nexo también entre los productos o servicios; y la indirecta, caracterizada

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

porque el citado vínculo hace que el consumidor atribuya, en contra de la realidad de los hechos, a dos productos o dos servicios que se le ofrecen, un origen empresarial común.

Debido a las semejanzas existentes entre las marcas TEKNO y TECNO POP, existe un alto riesgo de que un consumidor considere que los productos identificados con tales marcas sean los mismos, que tienen un origen empresarial común o que, aun asumiendo que pertenecen a distintos titulares, piense que tienen un vínculo económico o jurídico, algo que es contrario a la realidad.

SEXTO: Existiendo entre los signos comparados similitudes de tipo visual, gramatical y fonético, observamos que los productos que estos buscan identificar son similares por encontrarse competitivamente relacionados.

(...)

Ciertamente, ante la diversidad de productos de clases 08, 09, 11 y 12, comercializados efectivamente por mi representada bajo la marca TEKNO, al estar en la posible presencia la marca TECNOPOP aplicada a productos de clase 09, designados en la solicitud de registro objeto de oposición, los consumidores podrán pensar razonablemente que son originarios del titular de la marca TEKNO.

Concurren así los criterios de conexión competitiva entre los productos a ser identificados por los signos en cotejo, puesto que presentan identidad, son sustitutos o intercambiables, tienen finalidades iguales, análogas o complementarias, y comparten los mismos canales de distribución y comercialización.

En ese contexto, la marca solicitada a registro, TECNOPOP es visual y fonética confundible con la marca previamente registrada TEKNO, y busca distinguir productos iguales y similares a los amparados por ésta, por lo cual se puede concluir que su uso en el mercado generaría riesgo de confusión en el público consumidor, siendo improcedente su registro.

SÉPTIMO: La Dirección de Signos Distintivos y la Delegatura para la Propiedad Industrial ya han concluido que la marca TECNO es irregistrable para identificar productos de clase 09, por ser similarmente confundible con las marcas TEKNO de mi representada.

(...)

Además, la Delegatura aclaró en dicha oportunidad que cuando se reproduce una marca previamente y se le agregan elementos no distintivos, debe prescindirse de éstos, ya que aceptar la tesis de que la adición de tales elementos despierta una impresión de conjunto diferente a la marca antecedente, permitirían que cualquier marca pueda ser apropiada por un tercero, lo cual no es ajustado a derecho.

(...)

Como puede verse, tanto la Dirección de Signos Distintivos, como la Delegatura para la Propiedad Industrial de la SIC, y las oficinas nacionales competentes de Ecuador, Bolivia y Perú, ya han señalado que el signo TECNO es similarmente confundible con la marca TEKNO de mi representada, por lo cual la adición de una palabra descriptiva y de uso común, como lo es “POP”, que no debe ser tenidas en cuenta en la comparación, para conformar el signo TECNO POP (mixta), no le otorga distintividad al signo visto en su conjunto respecto de la marca opositora TEKNO, previamente registrada a nombre de mi representada, por lo cual, en el presente caso, es improcedente el registro de la referida marca.

(...)”

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **TECNO TELECOM (HK) LIMITED**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(…)

I. RESPUESTA A OPOSICIÓN

Eduardo Varela Pezzano, obrando como apoderado de la solicitante TECNO TELECOM (HK) LIMITED, por el presente escrito atentamente me permito contestar en tiempo la oposición presentada por la sociedad CORPORACION EL ROSADO S.A. en contra de la solicitud de registro de la referencia en Clase 9.

II. FUNDAMENTOS

A continuación, presento a su Despacho las razones que demuestran que el signo TECNO POP cumple con los requisitos para ser registrado como marca, para distinguir productos de la Clase 9 internacional, respecto de las marcas opositoras. La oposición se funda en la supuesta similitud y riesgo de confusión con la marca TEKNO, de titularidad de la opositora, invocando la causal de irregistrabilidad prevista en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina (confundibilidad con marca registrada previamente). En ejercicio del derecho de defensa de mi representada, por medio del presente escrito procedo a dar respuesta a dicha oposición, demostrando que no existe riesgo de confusión ni de asociación entre las marcas enfrentadas y solicitando respetuosamente que se rechace la oposición y se permita continuar el trámite de registro de TECNO POP.

2.1. LA MARCA SOLICITADA NO ESTÁ INCURSA EN LA CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD DEL ARTÍCULO 136 A) DE LA DECISIÓN 486

Respetuosamente, me permito diferir del análisis realizado por la opositora, y me permito proponer un análisis de acuerdo con las reglas y criterios dictados por la jurisprudencia conforme al cual se puede concluir de forma clara que no existen similitudes sustanciales entre las marcas cotejadas, por lo cual no se configura ningún riesgo de confusión para el consumidor.

2.3. Visión global

Si bien ambas marcas hacen referencia a la partícula la partícula “TECNO/TEKNO” (DÉBIL), la comparación marcaría debe hacerse globalmente, apreciando los signos en su conjunto, conforme establece la Decisión 486 (art. 155).

El análisis integral (visual, fonético y conceptual) muestra diferencias claras, suficientes y apreciables que eliminan riesgo de confusión o asociación en el consumidor medio.

“(…)

Si bien a primera vista TECNO POP y TEKNO comparten la partícula “TECNO/TEKNO” en su composición, es preciso anotar que se trata de un fragmento de carácter sugestivo y débil dentro del contexto comercial de los productos tecnológicos. En efecto, la expresión “TECNO” (o su variante gráfica “TEKNO”) es de uso común como abreviatura o prefijo que alude a “tecnología” o “tecnológico”, por lo cual carece de distintividad fuerte o exclusiva.

“(…)

Bajo este criterio, la coincidencia de las marcas en el término “TECNO/TEKNO” no puede ser considerada indicativa de un mismo origen empresarial. Por el contrario, siendo “TECNO” un vocablo de naturaleza altamente sugestiva/genérica dentro del sector tecnológico, el consumidor acostumbrado a verlo en múltiples marcas comerciales pondrá atención principalmente en los demás componentes de cada signo para distinguir su procedencia. Así las cosas, es en los elementos adicionales y divergentes donde radica la fuerza distintiva de cada marca. En el caso bajo análisis,

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

dicho elemento diferenciador es claramente la palabra “POP” presente en la marca solicitada, ausente en la marca opositora. Este añadido, como explicaremos, confiere al signo TECNO POP una identidad propia en lo visual, lo fonético y lo conceptual, que neutraliza cualquier similitud marginal proveniente del segmento “TECNO/TEKNO”.

(II) CONSIDERACIÓN SOBRE LA FUERZA DISTINTIVA Y CONCURRENCIA DEL ELEMENTO “TECNO/TEKNO”

Antes de realizar el cotejo marcario, es necesario – como primera medida – analizar la naturaleza de los signos que serán cotejados, pues de esto dependerá la forma de aplicación de las reglas subsiguientes.

El principal punto de coincidencia entre las marcas en conflicto es la partícula “TECNO”, pero es bien sabido que esta expresión es de uso común en el mercado de productos tecnológicos y, por tanto, marcariamente débil.

(...)

En efecto, dentro del espectro de la fuerza distintiva de las marcas, aquellas “evocativas” o “débiles” son las que menos fuerza de exclusión tienen. En aplicación de este principio, la coincidencia entre TEKNO y TECNO POP en la partícula “TECNO” debe ser considerada circunstancial y no determinante de confundibilidad. La atención, entonces, se centra en los elementos diferenciales de cada marca (p. ej. la palabra “POP” y la estructura compuesta de TECNO POP), los cuales –como se detallará a continuación– brindan suficiente distintividad al signo de mi representada.

(...)

(III) DIFERENCIAS EN EL ASPECTO FONÉTICO

(...)

En consideración de todos estos elementos, formulamos la conclusión fonética de que la coincidencia parcial en el sonido “tecno” no es suficiente para causar confusión auditiva, pues el añadido de la palabra “POP” en la marca solicitada introduce una sonoridad adicional y un patrón de entonación distinto fácilmente percibido por el público. Un consumidor que escuche TECNO POP difícilmente asociará ese nombre con TEKNO, ya que el oído capta la palabra extra y el efecto sonoro diferente.

(IV) DIFERENCIAS EN EL ASPECTO CONCEPTUAL

(...)

En síntesis, conceptualmente no existe coincidencia sustancial entre los signos conceptualmente hablando: TEKNO apunta únicamente al universo de la tecnología en términos generales, mientras que TECNO POP, además de incluir esa noción tecnológica, le suma un elemento semántico adicional (“POP”) que cambia por completo la referencia ideológica del conjunto. Esta diferencia de significado contribuye de manera crucial a evitar confusión indirecta o asociación indebida.

(...)

En este sentido, dado que la marca opositora tiene un concepto específico y la marca solicitada otro completamente diferente, existe un elemento diferenciador preponderante que evita cualquier riesgo de confusión y/o asociación para el consumidor.

Por último, cabe resaltar que es FALSO aquello que afirma el opositor (...)

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

(...) el precedente citado por el oponente —la Resolución No. 56294 del 6 de septiembre de 2023 (...)— no se basó en la existencia de confundibilidad con la marca TEKNO, como pretende hacer ver el opositor.

De hecho, en dicha ocasión la SIC en forma explícita dijo que las marcas opositoras "TEKNO" no eran similarmente confundibles:

(...)

Adicionalmente, la propia marca TECNOPOCKET VISION fue finalmente concedida (...) lo que confirma que la coexistencia con TEKNO no fue un obstáculo para el registro.

III. Coexistencia Internacional

Adicionalmente a los argumentos fonéticos, ortográficos, conceptuales, visuales y de mercado ya expuestos, se destaca un elemento probatorio de gran relevancia: las marcas enfrentadas coexisten pacíficamente en múltiples jurisdicciones, sin que ello haya generado objeción alguna (...)

(...)

*Por tanto, solicitamos se valore este precedente internacional de coexistencia efectiva como respaldo adicional para desestimar la oposición formulada y proceder a conceder el registro de la marca TECNO POP en Colombia.
(...)"*

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

Independencia de las actuaciones.

Es pertinente aclarar que la Administración toma sus decisiones de forma particular e independiente, de acuerdo con las circunstancias especiales de cada asunto y en cumplimiento de la normatividad vigente, hecho por el cual no es preciso remitirnos a trámites diferentes decididos con anterioridad².

En efecto, el criterio esgrimido en un caso no compromete u obliga a la oficina para pronunciarse siempre en el mismo sentido, sin que esto signifique inseguridad jurídica, existiendo la posibilidad de tomar una posición diferente en aras de interpretaciones más acordes con las normas aplicables.

Al respecto el Tribunal de Justicia ha sostenido lo siguiente: "No es regla de aceptación marcaría que en base a signos ya registrados se pretenda objetar en algún momento, el poder discrecional pero no arbitrario de la administración, para aceptar o negar un nuevo signo como marca. Circunstancias distintas y diversas, originadas en los propios hechos, pueden influir o no para que la Oficina Nacional Competente, en un caso determinado, acepte la registrabilidad y en otro la rechace."³

² Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° 5-IP-97, 25 de Julio de 1997.

³ Ibidem

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

De otro lado, en relación con el instructivo de signos distintivos, resulta pertinente señalar que este documento constituye una herramienta orientadora del criterio técnico de la Superintendencia de Industria y Comercio, pero no reemplaza ni restringe el examen jurídico de fondo que corresponde realizar en cada caso concreto. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:

" (...) El sistema de registro marcario que adoptó la Comunidad Andina se basa en la actividad autónoma e independiente de las Oficinas Competentes en cada País Miembro. Esta actividad, aunque generalmente se encuentra regulada por la normativa comunitaria, deja a salvo la mencionada independencia.

Esta autonomía se manifiesta tanto en relación con decisiones provenientes de otras oficinas de registro marcario (principio de independencia), como con sus propias decisiones"⁴.

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 tercero⁵, 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 registrada⁶.

⁴ Proceso 105-IP-2012 del 18 de octubre de 2012 Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina

⁵ •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. (...).

⁶ A tal efecto, el Tribunal 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.

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

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.

Acervo probatorio

Al expediente fueron presentadas las siguientes pruebas por el opositor:

1. Documentales

- Catálogo de productos vendidos por la opositora en sus tiendas Ferrisariato y Frecuento.
- Resolución No. 46491 proferida por el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial el 30 de enero de 2015, dentro del expediente No. 14-001745.
- Resolución No. 13800 proferida por la Delegada del Director Nacional de Propiedad Industrial del Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Industrial IEPI el 13 de abril de 2017, dentro del trámite IEPI-2015-46486.
- Resolución administrativa DPI/SD/Denegatoria No. 292/2016 proferida por el Director de Propiedad Industrial el 30 de junio de 2016 dentro del expediente No. 183060.
- Resolución No. 33034-2022/DSD-INDECOPI proferida por la Dirección de Signos Distintivos el 23 diciembre de 2022 dentro del expediente número 970899-2022.

Al expediente fueron presentadas las siguientes pruebas por el solicitante:

1. Documentales

- Ecuador – Resolución No. SENADI-DTOP-2023-0000588-R Expediente: SENADI-2021-40210 Marca: TECNO CAMON & DISEÑO.
- Ecuador – Resolución No. 20230450 Expediente: SENADI-2022-2575 Marca: TECNO POP & DISEÑO.
- Colombia – Resolución No. 67333 Expediente: SD2020/0038001 Marca: TECNO TAB.
- Colombia – Resolución No. 25038 Expediente: SD2024/0005703 Marca: TECNOPOCKET VISION Fecha: 12 de marzo de 2024.

Pruebas rechazadas

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 (dentifricio) 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° SD2025/0036946

Es necesario aclarar que el estudio comparativo que debe realizar esta oficina solo puede incluir la información brindada dentro de la solicitud, pues son estos datos los que fueron consignados dentro del registro de marcas.

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

Por lo tanto, las observaciones y evidencias que el opositor trajo a colación acerca del eventual uso dado a los signos comparados en el mercado (y las actividades de sus titulares), además de las resoluciones proferidas por otras Oficinas Nacionales, no están llamadas a afectar las apreciaciones comparativas realizadas por este Despacho en el presente asunto, por considerarse impertinentes e inconducentes.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Análisis de la causal de irregistrabilidad establecida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

Confundibilidad con marcas previamente registradas:

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	TEKNO	CORPORACION EL ROSADO S.A.	06090934	8	9	Marca	Registrada	10 sept. 2027
Nominativa	TEKNO	CORPORACION EL ROSADO S.A.	06090937	8	8	Marca	Registrada	10 sept. 2027
Nominativa	TEKNO	CORPORACION EL ROSADO S.A.	06090940	8	11	Marca	Registrada	10 sept. 2027
Nominativa	TEKNO	CORPORACION EL ROSADO S.A.	06090943	8	12	Marca	Registrada	10 sept. 2027

Los signos comparados son los siguientes:

Signo solicitado
TECNO POP (Nominativo)

El signo solicitado consiste en un conjunto nominativo conformado únicamente por las expresiones “TECNO POP”.

Signos opositores
TEKNO (Nominativo)



Ref. Expediente N° SD2025/0036946

El signo opositor consiste en una marca nominativa conformada únicamente por la expresión “TEKNO”.

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos mixtos

En cuanto a la comparación de signos mixtos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha reiterado que debe ser tenido en cuenta el elemento predominante en cada signo, bien sea el gráfico o el denominativo.

Si en ambas marcas predomina el elemento denominativo, el cotejo se debe analizar de acuerdo con las reglas de comparación para signos nominativos, a ser:

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

(ii) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario. Como ejemplo tenemos el lexema deporten: deport-e, deport-ivo, deport-istas, deportólogo.

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición. Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- *Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*

- *Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*

- *Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.*

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

(iv) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que si se encuentran en el mismo orden asumirán una importancia decisiva para fijar la sonoridad de la denominación.

(v) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado”.⁷

Por su parte, si el elemento predominante es el gráfico, el cotejo obedecerá las siguientes reglas para el cotejo de signos puramente figurativos o gráficos:

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 78-IP-2019.

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

“(i) Se debe realizar una comparación gráfica y conceptual, ya que la posibilidad de confusión puede generarse no solamente en la identidad de los trazos del dibujo o similitud de ellos, sino también en la idea o concepto que la marca figurativa suscite en la mente de quien la observe,

(ii) Entre los dos elementos de la marca gráfica figurativa, el trazado y el concepto, la parte conceptual o ideológica suele prevalecer, por lo que a pesar de que puedan existir diferencias en los rasgos, en su conjunto pueden suscitar una misma idea o concepto e incurrir en el riesgo de confusión,

(iii) Si el signo solicitado reivindica colores específicos como parte del componente gráfico, al efectuar el respectivo análisis de registrabilidad deberá tenerse en cuenta la combinación de colores y el gráfico que la contiene, puesto que este elemento podría generar capacidad de diferenciación del signo solicitado a registro”.⁸

Finalmente, si al realizar la comparación se determina que en uno de los signos mixtos predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría lugar a la confusión entre los signos, a no ser que puedan suscitar una misma idea o concepto en cuyo caso podrían incurrir en riesgo de confusión.

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁹

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

⁸ Ibidem

⁹ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)"¹⁰*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas¹¹ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

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

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

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

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

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

***f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos."*¹²**

Comparación entre signos denominativos

En el análisis o confrontación entre signos denominativos, como los antes citados, su comparación deberá atender las siguientes reglas, adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina¹³:

"1. Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir, sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas

¹⁰ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

¹¹ "Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso 26-IP-2014".

¹² TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

¹³ Consultar sentencias dictadas en los procesos N° 27-IP-2016, 156-IP-2005 y 200-IP-2013, entre otras.

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.

2. *Se establecer si los signos en conflicto comparten un mismo lexema. Una palabra puede estar constituida por lexemas y morfemas. Los primeros son la base y el elemento que no cambia dentro de la palabra cuando se hace una lista léxica de las derivaciones que pueden salir de ella, y cuyo significado se encuentra en el diccionario.¹⁴ Como ejemplo tenemos el lexema deport en deport-e, deport-ivo, deport-istas, deport-ólogo, deport-e, deport-ivo, deport-istas.*

Los segundos, son fragmentos mínimos capaces de expresar un significado y que unido a un lexema modifica su definición.¹⁵

Si los signos en conflicto comparten un lexema o raíz léxica, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Por lo general el lexema es el elemento que más impacta en la mente del consumidor, lo que se debe verificar al hacer un análisis gramatical de los signos en conflicto.*
- Por lo general en el lexema está ubicada la sílaba tónica.*

• Si los signos en conflicto comparten un lexema, podría generarse riesgo de confusión ideológica. Los lexemas imprimen de significado a la palabra. Es muy importante tener en cuenta que el criterio ideológico debe estar complementado con otros criterios para determinar el riesgo de confusión en los signos en conflicto.

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

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

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

6. *Se debe determinar si existe un elemento preponderante o relevante en ambos signos (...).¹⁶*

Análisis comparativo frente a las marcas opositoras

En primer lugar, si bien el signo solicitado TECNO POP y la marca previamente registrada TEKNO presentan cierta similitud en su componente inicial, se observa que los signos enfrentados son distintos. Esto se debe a que el signo solicitado está compuesto por dos elementos denominativos que conforman un conjunto marcario, mientras que el signo

¹⁴ RAE: Unidad mínima con significado léxico que no presenta morfemas gramaticales; p.ej. sol. O que poseyéndolos prescinde de ellos por un proceso de segmentación, p.ej.: terr en enterrais

¹⁵ RAE:

1. m. Gram. Unidad mínima aislable en el análisis morfológico. La palabra mujeres contiene dos morfemas: mujer y -es.

2. m. Gram. Por oposición a lexema, morfema gramatical; p. ej., de, no, yo, el, -ar, -s, -ero.

3. m. Gram. Unidad mínima de significado. La terminación verbal -mos contiene dos morfemas: persona, primera, y número, plural.

¹⁶ TJCA Proceso N° 27-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

opositor está conformado por un solo término.

El componente nominativo “TEKNO”, al constituir una expresión evocativa de términos como “tecnología” o “técnico”, presenta una fuerza distintiva disminuida en el ámbito de la clase 9. Por el contrario, el signo solicitado, al incorporar elementos adicionales de carácter arbitrario, adquiere una configuración distintiva suficiente que permite su individualización en el mercado.

En concordancia con lo anterior, esta Dirección encuentra que no se configura una semejanza susceptible de generar riesgo de confusión entre los signos enfrentados, como se explica a continuación.

En primer lugar, en cuanto al argumento del opositor relativo a que el término “POP” carece de distintividad por corresponder a la expresión técnica “Point of Presence”, esta Dirección no lo comparte. Si bien dicha expresión es utilizada en el ámbito especializado de las telecomunicaciones para referirse a un punto de interconexión de redes, lo cierto es que tal significado no resulta de conocimiento del consumidor medio, ni describe de manera directa, inmediata o necesaria los productos amparados en la clase 9, consistentes en teléfonos inteligentes, teléfonos móviles y pilas. Es un tecnicismo propio de un ámbito especializado, cuya relación con los productos en cuestión no es evidente ni suficiente para despojar al término “POP” de su capacidad distintiva. En síntesis, no puede predicarse su debilidad marcaria por esta circunstancia.

Aun cuando el vocablo “POP” pueda encontrarse en otros registros, ello no implica su exclusión del análisis marcario, pues no se trata de un término descriptivo o necesario en el sector. Por ende, debe ser considerado dentro del cotejo como un elemento relevante que contribuye a la distintividad del conjunto.

Desde el punto de vista ortográfico, el signo solicitado presenta una estructura más extensa y diferenciada. Mientras el signo opositor está compuesto únicamente por la palabra “TEKNO”, el signo solicitado integra las expresiones “TECNO” y “POP”, lo que da lugar a una secuencia claramente distinguible. La sola coincidencia parcial en el segmento inicial (“TECNO” vs. “TEKNO”) no basta para generar confundibilidad, máxime cuando dicha expresión evoca una idea general del sector tecnológico.

Desde el punto de vista fonético, tampoco se aprecia un riesgo de confundibilidad, ya que la pronunciación del conjunto “TECNO POP” es más extensa y presenta una acentuación adicional, en contraste con la sonoridad breve de “TEKNO”. Además, la inclusión del término “POP” introduce una variación sonora, especialmente por su terminación consonántica.

Desde el punto de vista conceptual, el signo solicitado evoca una idea que puede asociarse a tecnología de carácter popular, mientras que el signo opositor, al estar conformado únicamente por el vocablo “TEKNO”, remite de forma general a la tecnología en general. Esta diferencia conceptual, refuerza la ausencia de asociación entre los signos.

En este contexto, no resulta razonable concluir que el consumidor medio vaya a asociar empresarialmente ambos signos o creer que provienen del mismo origen, dada las diferencias visuales, fonéticas, ortográficas y conceptuales.

En estos términos, al no configurarse similitud entre los signos enfrentados, no resulta procedente efectuar el análisis de conexidad competitiva entre los productos que distinguen.

Conclusión

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud no 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.

Adicionalmente, visto el Registro Nacional de Propiedad Industrial, no se encontraron impedimentos para acceder a la protección solicitada.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **CORPORACION EL ROSADO S.A.**

ARTÍCULO 2: Conceder el registro de la Marca **TECNO POP** (Mixta).

TECNO POP

Para distinguir productos comprendidos en la Clase:

9: Teléfonos inteligentes [smartphones]; teléfonos móviles; pilas eléctricas; cargadores de pilas y baterías; cables USB; ordenadores; ordenadores notebook; tabletas electrónicas; hardware; software grabado; Aparatos de procesamiento de datos; programas informáticos descargables; teclados de ordenador; módems; ratones [periféricos informáticos]; alfombrillas de ratón; láminas protectoras diseñadas para pantallas de ordenador; fundas para ordenadores portátiles; soportes diseñados para ordenadores portátiles; carcasas para tabletas electrónicas; Bolsas diseñadas para ordenadores portátiles; estaciones de acoplamiento electrónicas; auriculares inalámbricos; cascos auriculares montados en el cuello; cascos auriculares; Auriculares; altavoces inalámbricos; altavoces inteligentes; cargadores para teléfonos móviles; adaptadores para redes informáticas; tableros de conexiones; relojes inteligentes; Pulseras inteligentes; gafas inteligentes; gafas de realidad virtual; rúters de redes informáticas; cámaras web; interruptores inteligentes; cables de datos; enrutadores inalámbricos; receptores móviles de datos; fuentes de alimentación de energía portátiles [baterías recargables]; decodificadores de televisión; televisores; bancos de energía; Enchufes hembra; interruptores; enchufes macho; pilas solares; robots humanoides con funciones de comunicación y aprendizaje para asistir y entretener a personas; películas de protección diseñadas para teléfonos inteligentes [smartphones]; estuches para teléfonos inteligentes [smartphones]; plantas solares fotovoltaicas; cajas de empalme [electricidad].

De la Clasificación Internacional de Niza edición No. 12.

Titular: **TECNO TELECOM (HK) LIMITED**
Flat N, 16/F., Block B, Universal Industrial Centre, 19-25 Shan Mei Street,
Fotan, New Territories, Hong Kong
SHATIN NEW TERRITORIES
HONG KONG

Vigencia: Diez años contados a partir de la fecha en que quede en firme la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Asignar número de certificado al registro concedido, previa anotación en el Registro de la Propiedad Industrial.

Ref. Expediente N° SD2025/0036946

ARTÍCULO 4: Notificar a **TECNO TELECOM (HK) LIMITED**, solicitante del registro, y a **CORPORACION EL ROSADO S.A.**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 5: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS