

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 29537

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

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 16 de julio de 2025, **INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca¹ (Figurativa) para distinguir servicios comprendidos en la Clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza².

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1074 el 28 de julio de 2025, **CONSTRUCTORA CAPITAL MEDELLÍN S.A.S.**, presentó oposición con fundamento en el artículo 136, literal a), de la Decisión 486 de la Comunidad Andina.

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

“(…)

III. ARGUMENTOS

La marca solicitada se encuentra incursa en la causal de irregistrabilidad del literal a) del Artículo 136 de la Decisión 486 del 2000.

(i) Siguiendo los lineamientos jurisprudenciales de la Comunidad Andina, el análisis de los elementos gráficos de los signos cotejados debe considerar el trazado, concepto y colores. En cuanto al trazado, ambos signos presentan una figura en forma de “V” invertida, compuesta por dos líneas diagonales simétricas que convergen en un vértice superior, generando en ambos casos la impresión de una “A” estilizada. Respecto al concepto, los dos signos evocan la misma idea de la letra “A” en clave minimalista, susceptible incluso de percibirse como una punta de flecha orientada hacia arriba, lo que refuerza la coincidencia ideológica en la mente del consumidor. Finalmente, en cuanto a los colores, aunque uno utiliza el azul y el otro el verde, ambos pertenecen a la misma gama de colores fríos, por lo que no constituyen un elemento diferenciador relevante. Por lo tanto, la marca solicitada resulta altamente similar y confundible con la marca previamente solicitada incrementando significativamente el riesgo de confusión y asociación en el consumidor medio.

(ii) Entre los servicios que pretende identificar la marca solicitada en la Clase 36 Internacional y aquellos que distinguen la marca previamente registrada en la misma Clase, existe conexidad competitiva. En efecto, ambos se inscriben en el ámbito de los servicios financieros e inmobiliarios, siendo prestaciones sustituibles y complementarias que suelen integrarse en una misma estrategia de inversión. Adicionalmente, es común que un consumidor que busca diversificar su portafolio recurra a empresas que ofrezcan de manera conjunta consultoría en capital privado y alternativas de inversión en finca raíz o proyectos inmobiliarios, lo que acentúa la posibilidad de que el consumidor asuma que ambos servicios provienen del mismo origen empresarial.

1



² 36: Consultoría en inversión de capital; financiación con capital privado.



Ref. Expediente N° SD2025/0070443

(iii) Teniendo en cuenta la teoría de la interdependencia y considerando que los signos en conflicto son esencialmente idénticos, es evidente que el signo solicitado es irregistrable. Lo anterior, en tanto los servicios que éste identifica están íntimamente relacionados con aquellos que identifican las marcas previamente solicitadas, pues en parte son idénticos y, en todo caso, todos satisfacen la misma necesidad y tienen canales de comercialización y publicidad idénticos.

(...)

IV. FUNDAMENTOS DE LA OPOSICIÓN

Comparación de las marcas en conflicto: Riesgo de Asociación y/o Confusión entre los signos (Figurativo) y (Figurativo)

(...)

ii. La marca solicitada para registro (Figurativa) es esencialmente idéntico y, por tanto, similar en grado de confusión con la marca previamente solicitada (Figurativa).

Teniéndose lo anterior, en el presente caso no se requiere mayor análisis y/o desarrollo en cuanto a la semejanza, dado que la marca solicitada es similar en sus trazos, conceptos y colores a las marcas previamente solicitadas. De una simple apreciación, y aplicando los criterios comentados anteriormente, podemos afirmar que, entre las marcas cotejadas, existen suficientes semejanzas susceptibles de generar riesgo de confusión y asociación en el consumidor:

(...)

a) Con respecto al trazado

El signo solicitado por mi poderdante está compuesto por una figura en forma de “V” invertida, construida a partir de dos líneas diagonales gruesas y simétricas que convergen en un vértice superior agudo. El diseño es minimalista y se percibe como una letra “A” estilizada.

Por su parte, la marca solicitada posteriormente reproduce la misma estructura base: una figura en forma de “V” invertida, conformada igualmente por dos trazos diagonales que confluyen en un vértice superior. La única variación gráfica es la adición de un trazo horizontal sobre el vértice, lo que genera la apariencia de una “Ā”.

En términos de trazado, ambos signos comparten múltiples similitudes significativas:

- La conformación de una figura triangular abierta en la base, a partir de dos líneas diagonales que confluyen en un vértice superior agudo.*
- La disposición simétrica y proporcional de los trazos, con un grosor uniforme.*
- La estilización de la letra “A”, percibida por el consumidor como el elemento central en ambos signos.*
- Un estilo gráfico minimalista sin presencia de elementos adicionales, concentrándose exclusivamente en la figura geométrica esencial.*

La adición del trazo horizontal en la parte superior del signo solicitado no desvirtúa estas similitudes estructurales, de modo que el consumidor continuará percibiendo ambos signos como variaciones del mismo diseño. En consecuencia, estas similitudes, especialmente en los elementos distintivos del trazado, generan un alto riesgo de confusión entre los consumidores, dado que las marcas comparten características esenciales que podrían ser interpretadas como provenientes de la misma fuente o relacionadas comercialmente.

(...)

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

b) Con respecto al concepto

En cuanto al concepto, el signo previamente solicitado (Figurativo) evoca de manera clara la letra “A” estilizada, construida a partir de dos trazos diagonales que convergen en un vértice superior agudo. Esta composición geométrica transmite también la imagen de una punta de flecha orientada hacia arriba o de un símbolo ascendente, lo que refuerza la percepción de dinamismo y dirección.

Por su parte, la marca publicada (Figurativa) reproduce la misma estructura conceptual, al transmitir igualmente la idea de una “A” estilizada mediante dos trazos diagonales que se encuentran en un vértice superior. La adición de un trazo horizontal sobre dicho vértice no altera la idea central evocada por el signo, que sigue siendo la de una letra “A” simplificada, susceptible de interpretarse también como una punta de flecha o un icono que apunta hacia arriba.

En este sentido, ambos signos proyectan el mismo concepto: la representación minimalista de la letra “A” y, adicionalmente, la idea de un símbolo geométrico de ascenso o de dirección superior. Estas coincidencias conceptuales incrementan de manera significativa el riesgo de confusión, pues el consumidor medio no apreciará la adición de un simple trazo horizontal como suficiente para identificar un origen empresarial distinto.

Por lo tanto, los gráficos cotejados coinciden plenamente en el concepto al que hacen referencia, lo que hace aún más palpable el riesgo de confusión en el mercado en caso de que se permitiera su coexistencia.

(...)

c) Con respecto a los colores

Con respecto a los colores, la marca opositora se encuentra representada en color azul sólido, mientras que la marca solicitada utiliza el verde sólido como elemento cromático. Si bien los tonos no son idénticos, ambos corresponden a la misma gama de colores fríos, lo cual genera una cercanía visual evidente en la percepción del consumidor.

Esta coincidencia cromática funge como un elemento que reafirma la similitud existente entre los signos cotejados, en la medida en que la utilización de colores fríos y monocromáticos refuerza la apariencia minimalista y geométrica de las dos marcas.

(...)

iii. Los servicios distinguidos con los signos en conflicto son conexos competitivamente.

(...)

➤ Criterio de Sustituibilidad

Los servicios identificados por las marcas confrontadas son servicios sustitutos entre sí desde la perspectiva del consumidor. En efecto, ambos pertenecen al mismo género económico: la canalización y administración de recursos financieros con fines de inversión. El inversionista que busca alternativas para rentabilizar su capital puede optar indistintamente por servicios de financiación privada, consultoría de inversión general o esquemas de financiación vinculados a proyectos inmobiliarios, en tanto todos ellos suplen la misma necesidad de disposición y aprovechamiento de capital.

(...)

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

➤ *Criterio de Complementariedad*

Los servicios identificados por la marca solicitada resultan complementarios con aquellos amparados por la marca previamente solicitada. Lo anterior, en tanto que el consumidor que busca diversificar sus alternativas de inversión recurre de manera conjunta tanto a esquemas generales de capital privado como a inversiones específicas en el sector inmobiliario.

(...)

➤ *Criterio de Razonabilidad*

Resulta plenamente razonable que un consumidor asuma que los servicios identificados por la marca solicitada provienen del mismo origen empresarial que aquellos identificados por la marca previamente registrada.

(...)

- *Riesgo de Confusión y Asociación con la familia de marcas Constructora Capital*

(...)

V. CONCLUSIÓN

A lo largo del presente escrito se ha establecido que:

(i) Los signos confrontados tienen un alto riesgo de confusión, dado que la marca solicitada reproduce con su elemento gráfico a la marca previamente solicitada;

(ii) Los servicios que identifican las marcas confrontadas son conexos competitivamente, ya que ambos están destinados a los mismos segmentos de mercado enfocados en la inversión de capital y la diversificación de portafolios, lo que hace que sean complementarios; y

(iii) Teniendo en cuenta la teoría de la interdependencia, la marca solicitada es evidentemente irregistrable. Por lo anterior, en el caso analizado concurren los supuestos de hecho del literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

(iv) Existe además un riesgo reforzado de confusión y asociación, en tanto la figura de la “A” estilizada no es un recurso aislado sino el elemento común de una familia de 8 marcas registradas a nombre de CONSTRUCTORA CAPITAL, de las cuales 5 se encuentran en la Clase 36. (...)

(...)”

Que, dentro del término concedido para tal efecto, **INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S.**, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...)”

II. ARGUMENTOS EN CONTRA DE LOS FUNDAMENTOS DE LA OBSERVACIÓN

2.1. LA SOLICITANTE INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S. TIENE DERECHOS PREVIOS SOBRE LA FIGURA QUE CONFORMA LA MARCA SOLICITADA.

Me permito poner de presente a su Despacho que la solicitante INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S., en la actualidad es titular de la marca mixta CAPITAL INVERSIONES, con Certificado de Registro N° 705976, que identifica los mismos

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

servicios para los cuales fue solicitada la marca figurativa tramitada bajo este expediente, a saber, “Consultoría en inversión de capital; financiación con capital privado”, comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza, la cual se relaciona a continuación:

(...)

Nótese que la marca mixta, bajo la titularidad de mi poderdante incorpora como elemento gráfico una figura en color verde, conformada por tres trazos, dos de ellos consistentes en trazos diagonales simétricos que se unen en la parte superior, y el tercero, que obedece a una línea horizontal que flota sobre el vértice superior, la cual coincide en su integridad con la marca figurativa solicitada por INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S.

(...)

Como se observa, la marca de naturaleza figurativa solicitada por INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S., corresponde en su integridad al elemento figurativo de la marca mixta CAPITAL INVERSIONES, sobre la cual la solicitante tiene derechos de exclusiva para identificar servicios de “consultoría en inversión de capital y financiación con capital privado”.

Al hacer parte integral de la marca concedida a favor de INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S., los consumidores han identificado el elemento figurativo como indicativo de su origen empresarial, lo cual motivó a su titular a presentar la solicitud de registro objeto de estudio.

En el mismo sentido, la marca mixta CAPITAL INVERSIONES (cuyo elemento figurativo es idéntico a la marca solicitada), ha coexistido en el Registro de Propiedad Industrial con la familia de marcas bajo la titularidad de CONSTRUCTORA CAPITAL MEDELLÍN S.A.S., sin que se haya presentado un riesgo de confusión o asociación real en el consumidor.

(...)

2.2. EL SIGNO SOLICITADO NO SE ENCUENTRA INCURSO EN LA CAUSAL DE IRREGISTRABILIDAD COMPRENDIDA EN EL LITERAL A) DEL ARTÍCULO 136 DE LA DECISIÓN 486 DE 2000.

2.2.1. Ausencia de semejanzas entre los signos capaces de generar riesgo de confusión o asociación en el consumidor

De acuerdo con lo establecido por el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000, para que un signo sea irregistrable, se requiere que sea semejante o idéntico a una marca previamente registrada o solicitada y que los productos y/o servicios que estos identifican puedan causar un riesgo de confusión o asociación en el consumidor.

Valorados en conjunto el signo solicitado y el signo opositor, resulta evidente que, si bien se tratan de marcas de naturaleza figurativa, presentan más diferencias que semejanzas, las cuales permiten su diferenciación y su percepción de independencia en la mente del consumidor.

En efecto, la marca solicitada en registro por INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S. consiste en un signo de naturaleza figurativa, que se conforma de tres trazos, dos de ellos consistentes en trazos diagonales simétricos que se unen en la parte superior, y el tercero, que obedece a una línea horizontal que flota sobre el vértice superior en el que se encuentran los dos trazos diagonales, formando en un todo una figura geométrica que reivindica el color verde. Esta figura se posa, además, sobre un fondo de color gris.

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

(...)

Por su parte, el signo opositor se conforma exclusivamente de dos trazos, los cuales se ubican de manera diagonal el uno del otro, en color azul Pantone 7459 C, sobre un fondo de color blanco.

De la simple vista de los signos en comparación es posible identificar las diferencias notables en sus conjuntos marcarios, las cuales se configuran como características determinantes en la ausencia de confusión entre los signos, algunas de ellas expuestas a continuación:

** Número de trazos: La marca solicitada se compone de tres (3) trazos: dos diagonales simétricos y uno en posición horizontal que flota sobre el vértice superior. A diferencia de esto, la marca opositora se compone de dos (2) trazos: dos diagonales.*

** Disposición de los trazos: En el caso de la marca solicitada, los trazos simétricos que se unen en un vértice superior tienen una división en su base mucho más extensa que los que conforman la marca opositora los cuales se unen de manera temprana. En este sentido, la figura empleada por la marca solicitada resulta ser más estilizada.*

** Vértice superior de las figuras: la figura empleada por la marca solicitada en registro forma en el vértice superior un trazo en disposición horizontal, a diferencia de la figura empleada por la marca opositora, la cual termina en punta de manera prolongada.*

** Reivindicación de colores: La marca solicitada reivindica dos colores: verde, empleado en los tres trazos de la figura, y gris, el cual consiente en una forma rectangular sobre la cual se posa la figura. A diferencia de esto, la marca opositora reivindica el color azul, concretamente el Pantone 7459 C y el color blanco del fondo.*
(...)

(...)

2.2.2. De la reivindicación de colores como elemento distintivo de los signos

(...)

En este sentido, la reivindicación de colores en una solicitud de registro de una marca resulta ser un rasgo distintivo del signo pretendido, el cual constituye un elemento característico de la marca y diferenciador respecto de otros signos solicitados o registrados, el cual, deberá ser valorado en el estudio de registrabilidad adelantado por la Dirección de Signos Distintivos.

(...)

De conformidad con lo expuesto, cuando INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S. reivindica en la solicitud de registro de la marca figurativa del trámite de la referencia los colores verde y gris, lo hace con la intención de que sean tenidos en cuenta como característica distintiva del signo pretendido y como elemento predominante del conjunto marcario.

Los colores verde y gris han sido indicativos del origen empresarial de las marcas registradas por mi poderdante, con la única finalidad que constituyan un rasgo característico de la familia de marcas del empresario, el cual pueda ser identificado por el público consumidor como distintivo de INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S.

(...)

Contrario a lo señalado por el opositor, el uso de los colores VERDE y GRIS, en el

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

caso de INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S. y del color azul Pantone 7459 C, además de ser un rasgo distintivo de cada familia de marcas, resulta ser un elemento suficientemente diferenciador del origen empresarial de los signos en comparación.

Así entonces, resulta imposible que los consumidores (...) puedan confundirse respecto de los signos propiamente dichos pues (...) estos presentan notables diferencias en sus trazos, formas, disposición y colores (...)

(...)

2.2.3. Inexistencia de conexidad entre los servicios que pretenden identificar los signos figurativos en comparación

Los servicios que pretende identificar la marca figurativa solicitada por INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S. se limitan exclusivamente a “consultoría en inversión de capital; financiación con capital privado”, los cuales, a pesar de pertenecer a la misma clase del nomenclador internacional que los pretendidos por el signo opositor, no presentan ningún tipo de relación ni conexión, debido principalmente a que estos últimos están limitados a la industria de la construcción.

(...)

i) Los servicios de consultoría en inversión de capital y financiación con capital privado (...) nada tiene que ver con el sector constructor.

(...)

ii) (...) estamos en presencia de un consumidor especializado, absolutamente informado y atento (...)

(...)

iii) La pertenencia a la Clase 36 (...) no determinan conexidad.

iv) (...) tampoco se presenta (...) el principio de razonabilidad (...)

(...)

2.3. COEXISTENCIA REGISTRAL DE MARCAS QUE IDENTIFICAN SERVICIOS DE LA CLASE 36 E INCORPORAN ELEMENTOS FIGURATIVOS SEMEJANTES

(...)

Nótese como se encuentran registrados en la actualidad múltiples marcas (...) que incorporan (...) figuras conformadas por dos trazos diagonales (...)

Así entonces, se encuentra que el uso de figuras conformadas por dos trazos diagonales (...) es un elemento comúnmente usado (...) y, en este sentido, no es susceptible de apropiación exclusiva.

(...)

2.4. AUSENCIA DE RIESGO DE CONFUSIÓN O ASOCIACIÓN ENTRE LA MARCA FIGURATIVA SOLICITADA Y EL SIGNO OPOSITOR

(...)

Como se ha venido señalando a lo largo de este escrito, es claro que la marca solicitada en registro presenta elementos característicos e individualizadores que la

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

dotan de distintividad, y a su vez, permiten diferenciarla claramente de la marca opositora.

(...)

Adicionalmente, quedó demostrado que entre los servicios que idéntica los signos no se presenta ningún grado de relación, vinculación o conexión (...)

(...)

En conclusión, al no existir similitud entre la marca solicitada y el signo opositor, no puede afirmarse que la marca solicitada se encuentre incurso en la causal de irregistrabilidad del literal a. del artículo 136 de la Decisión 486 de 2000.

(...)"

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.

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 tercero³, 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 registrada⁴.

³ •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. (...)"

⁴ 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:

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

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

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

Confundibilidad con marcas previamente registradas:

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Figurativa		CONSTRUCTORA CAPITAL MEDELLÍN S.A.S.	SD2024/0087752	12	9, 36, 37, 42	Marca	Registrada	01 dic. 2035

Facultad oficiosa de la Administración

La Oficina Nacional Competente tiene la obligación de efectuar el examen de registrabilidad del signo solicitado en registro frente a todos los antecedentes existentes y frente a todas las causales de irregistrabilidad previstas en la Decisión 486 del 2000.

Conforme lo anterior esta Dirección en cumplimiento de sus deberes legales, encuentra que el siguiente registro marcario deberá ser tenido en cuenta para la adopción de la decisión de fondo en el caso de la referencia.

Visto el Registro de Propiedad Industrial, se encontró la siguiente información relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Figurativa		AECSA S.A.	15178645	10	35, 36, 38	Marca	Registrada	24 dic. 2025

- 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 (dentrífico) 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.

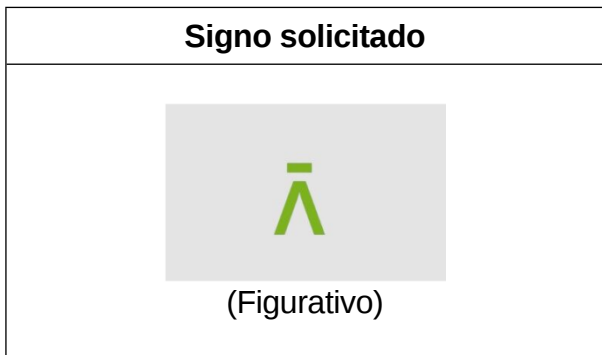
Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.



Ref. Expediente N° SD2025/0070443

Respecto del signo hallado de oficio por la Administración, resulta pertinente tener en cuenta que, si bien su vigencia venció el 24 de diciembre de 2025, el mismo se encuentra actualmente dentro del periodo de gracia previsto para la renovación del registro, por lo cual conserva sus efectos jurídicos durante dicho lapso. En este orden, este Despacho considera procedente tenerlo en cuenta en el análisis de registrabilidad, en tanto no se ha configurado su caducidad definitiva.

Los signos comparados son los siguientes:



El signo solicitado consiste en una figura de color verde conformada por tres trazos: dos líneas diagonales simétricas que convergen hacia un vértice superior, y un tercer trazo horizontal ubicado sobre dicho vértice, generando una forma que evoca una letra “A” estilizada con una barra superior. La figura se presenta sobre un fondo de color gris.



El signo opositor consiste en una figura de color azul, compuesta por dos trazos diagonales que convergen en un vértice superior, formando una figura simple que evoca una “A” estilizada, presentada sobre fondo blanco.



Ref. Expediente N° SD2025/0070443

El signo hallado de oficio corresponde a una figura de color verde compuesta por dos trazos diagonales gruesos que se unen en un vértice superior, formando una figura geométrica que evoca una “A” estilizada o una forma triangular abierta en su base.

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos figurativos

En relación con el cotejo para signos figurativos se deberá realizar el análisis de confundibilidad teniendo en cuenta los dos elementos constitutivos de este tipo de marcas, es decir, el trazo y el concepto. El análisis del trazado debe tener en cuenta las figuras o líneas de los dibujos que forman el signo marcario y el concepto se refiere a la idea que el dibujo suscita en la mente de quien lo observa⁵; siendo este último el que suele prevalecer:

“Para determinar la existencia de confundibilidad en esta clase de marcas la Jurisprudencia del Tribunal Andino, ha expresado que 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”.⁶

De encontrarse que los signos en confrontación evocan un concepto, es necesario realizar su comparación tanto en el plano gráfico como en el plano conceptual. Al respecto, el tratadista Carlos Fernández-Nóvoa señala que:

“(…) La semejanza de las marcas figurativas en el plano gráfico deberá efectuarse de acuerdo con los criterios establecidos para comparar las marcas puramente gráficas”, es decir, tomando en consideración la pauta de la visión en conjunto.

Si desde el punto de vista gráfico no existe semejanza entre las marcas, *“no será indispensable proceder al análisis de las marcas en el plano conceptual”⁸*. Si, por el contrario, existen semejanzas desde el punto de vista gráfico, *“deberá procederse a examinar las correspondientes marcas en el plano conceptual (...) habrá que determinar si los signos considerados gráficamente dispares, evocan o no un concepto concreto idéntico o equivalente”⁹*.

Análisis comparativo frente a la marca opositora

Al realizar el cotejo integral, se advierte que no concurre un riesgo de confusión que afecte el interés del consumidor.

Desde la perspectiva del trazado gráfico, que constituye el primer filtro de nuestro análisis, la Dirección observa que las estructuras visuales de ambos signos son diferentes. Mientras que el signo solicitado se configura mediante una geometría que incluye un remate o barra horizontal en su parte superior, el signo opositor está constituido por una estética de “flecha”

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 477-IP-2016.

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 84-IP-2007.

⁷ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons Ediciones Jurídicas y Sociales, primera edición, pág. 240.

⁸ Óp. Cit., pág. 241.

⁹ Óp. Cit., pág. 241.

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

o "compás" con un vértice agudo y libre de elementos transversales. Esta diferencia altera la percepción de la silueta en su conjunto.

Aunado a lo anterior, la identidad cromática juega un rol distintivo. El uso de un tono verde en el signo pretendido frente al azul del opositor genera una impronta visual diferenciada desde el primer impacto visual. Siguiendo la doctrina de Fernández-Nóvoa, al no verificarse una semejanza gráfica mínima ni una proximidad en los elementos lineales que componen el dibujo, el análisis debe detenerse.

No resulta imperativo descender al plano conceptual cuando la morfología de los signos es lo suficientemente disímil como para que el consumidor medio, incluso bajo un recuerdo imperfecto, sea capaz de distinguir que se encuentra ante dos identificadores de origen empresarial distintos. En derivación, la oposición debe ser desestimada por falta de identidad en el trazo. Por lo anterior, no es necesario pronunciarse sobre la conexidad competitiva.

Análisis comparativo frente a la marca hallada de oficio

Situación opuesta se presenta al confrontar el signo solicitado con el hallado de oficio por esta autoridad. En este escenario, nos encontramos ante una coincidencia de elementos que, valorados en su conjunto, superan el umbral de lo permitido por la normativa de propiedad industrial, configurando un riesgo de confusión.

Al examinar el plano gráfico, se hace pertinente señalar que ambos signos comparten una "arquitectura marcaria" casi idéntica. El ángulo de inclinación de las líneas ascendentes y la proporción de la apertura inferior guardan una simetría que no puede ser ignorada. Si bien es cierto que el signo hallado de oficio presenta un grosor de trazo más robusto, esta diferencia se diluye ante coincidencia en la paleta de colores.

El uso de tonalidades verde en ambos signos actúa como un potente factor de semejanza visual. Sin embargo, el punto determinante reside en el plano conceptual, el cual, según la Jurisprudencia del Tribunal Andino, es el que suele prevalecer en la mente del observador.

Ambos signos evocan exactamente la misma idea o concepto ideológico: una representación abstracta de dirección o una letra "A" estilizada en armonía con el mismo color. Esta identidad de "concepto" provoca que, aun cuando existan diferencias mínimas en los rasgos —como el grosor o el pequeño trazo horizontal—, el público destinatario asocie inevitablemente ambos signos con un mismo titular o con empresas vinculadas económicamente.

Existe, por tanto, un riesgo de asociación donde el consumidor podría interpretar que el signo solicitado es simplemente una versión moderna o simplificada del signo preexistente. Por tales motivos, la semejanza gráfica y la equivalencia conceptual obligan a verificar la cobertura de los signos.

Análisis de la conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

36: Consultoría en inversión de capital; financiación con capital privado.

El signo previo identifica:

Expediente Productos y servicios

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

15178645

"35. PROMOCIÓN DE SERVICIOS FINANCIEROS Y DE SEGUROS POR CUENTA DE TERCEROS; ANÁLISIS DE GESTIÓN DE NEGOCIOS COMERCIALES; ASESORAMIENTO EN GESTIÓN DE NEGOCIOS COMERCIALES; CONSULTORÍA EN GESTIÓN DE NEGOCIOS COMERCIALES; MARKETING Y ACTIVIDADES PROMOCIONALES EN MATERIA DE ADMINISTRACIÓN Y GESTIÓN DE NEGOCIOS COMERCIALES, COMPILACIÓN DE DATOS EN BASES DE DATOS INFORMÁTICAS; GESTIÓN INFORMATIZADA DE BASES DE DATOS; COMPILACIÓN DE INFORMACIÓN EN BASES DE DATOS INFORMÁTICAS; INVESTIGACIONES DE MERCADO REALIZADAS MEDIANTE EL USO DE BASES DE DATOS INFORMÁTICAS.

36. COBRO DE CARTERA JURÍDICA Y PREJURÍDICA DEL SECTOR REAL Y FINANCIERO, SERVICIOS BANCARIOS Y FINANCIEROS; SERVICIOS BURSÁTILES DE VALORES FINANCIEROS; SERVICIOS DE ANÁLISIS FINANCIERO; SERVICIOS DE ASESORAMIENTO FINANCIERO ESTRATÉGICO; SERVICIOS DE ASESORAMIENTO FINANCIERO SOBRE CRÉDITOS; SERVICIOS DE GESTIÓN DE FIDEICOMISOS FINANCIEROS; SERVICIOS DE PLANIFICACIÓN DE FIDEICOMISOS FINANCIEROS; SERVICIOS FINANCIEROS DE GARANTÍA DE FONDOS; SERVICIOS FINANCIEROS PRESTADOS POR INTERNET; SERVICIOS FINANCIEROS PRESTADOS POR TELÉFONO; SERVICIOS DE INVESTIGACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIEROS; SERVICIOS FINANCIEROS RELATIVOS A PRÉSTAMOS; SERVICIOS FINANCIEROS Y CONSULTORÍA CONEXA; SERVICIOS DE ASESORAMIENTO FINANCIERO RELACIONADOS CON VALORES, DERIVADOS Y OTROS PRODUCTOS FINANCIEROS; ASESORAMIENTO INMOBILIARIO; FINANCIACIÓN INMOBILIARIA; INVERSIONES INMOBILIARIAS; SERVICIOS INMOBILIARIOS RELACIONADOS CON LA ADMINISTRACIÓN DE INVERSIONES INMOBILIARIAS; FINANCIACIÓN DE PROYECTOS INMOBILIARIOS.

38. COMUNICACIONES POR TERMINALES DE ORDENADOR; COMUNICACIONES TELEFÓNICAS; COMUNICACIONES TELEGRÁFICAS; DIFUSIÓN DE CONTENIDOS MULTIMEDIA POR INTERNET; ENVÍO DE MENSAJES ELECTRÓNICOS; ENVÍO ELECTRÓNICO DE LA DOCUMENTACIÓN REQUERIDA PARA SOLICITAR PRÉSTAMOS; ENVÍO, RECEPCIÓN Y REENVÍO DE MENSAJES ELECTRÓNICOS; SERVICIOS DE CENTRALES TELEFÓNICAS; SERVICIOS DE COMUNICACIÓN POR REDES INFORMÁTICAS; SERVICIOS DE COMUNICACIÓN POR TELEFONÍA MÓVIL."

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y/o servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Razonabilidad

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, uno de los criterios principales de conexidad competitiva, que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios, es la razonabilidad definida como “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. (...)”¹⁰

En este punto es importante traer a colación la Teoría de la Interdependencia, al respecto manifestó el Tribunal Andino de Justicia en el Proceso 135-IP-2004:

“la doctrina advierte que “cuando los signos sean idénticos o muy semejantes, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los productos o servicios a los que se aplican. Y a la inversa, esto es, cuando los productos o servicios sean idénticos o muy similares, mayor deberá ser la diferenciación exigible entre los signos enfrentados (STJCE, de 22 de junio de 1999... Caso Lloyd)” (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475).”

Conexidad competitiva entre consultoría en inversión de capital de la clase 36 solicitada y servicios de análisis financiero de la clase 36 del signo hallado de oficio:

En relación con los servicios identificados por el signo solicitado en la clase 36, consistentes en “consultoría en inversión de capital”, y aquellos amparados por el signo hallado de oficio, esta Dirección advierte la existencia de conexión competitiva por relación género especie.

Efectivamente evidencia conexidad con los servicios de análisis financiero, bajo el criterio de relación género–especie, en tanto estos últimos comprenden un ámbito más amplio de evaluación y estudio de variables económicas y financieras, dentro del cual se enmarca de manera específica la asesoría en inversión de capital.

Conexidad competitiva entre financiación con capital privado de la clase 36 solicitada y servicios financieros relativos a préstamos de la clase 36 del signo hallado de oficio:

De igual manera, el servicio de financiación con capital privado resulta conexo con los servicios financieros relativos a préstamos, bajo el criterio de razonabilidad, en la medida en que ambos se insertan dentro del mismo ámbito del mercado financiero y se encuentran dirigidos a satisfacer una misma necesidad económica del consumidor, consistente en la obtención de recursos para el desarrollo de actividades, inversiones o proyectos.

En efecto, resulta razonable considerar que un consumidor puede considerar que hay un origen empresarial común entre esquemas de financiación con capital privado y servicios de préstamos ofrecidos por entidades financieras. En este contexto, ambos servicios concurren en un mismo espacio de decisión económica.

Adicionalmente, desde criterios auxiliares de conexidad, se observa que los servicios confrontados:

- Se dirigen a un mismo público relevante, conformado por personas naturales y jurídicas que requieren financiación o capital para el desarrollo de sus actividades económicas.

¹⁰ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, proceso 20-IP-2022.

Ref. Expediente N° SD2025/0070443

- Se ofrecen a través de canales de comercialización similares, tales como asesoría financiera, intermediación y plataformas digitales.
- Pertenecen a un mismo sector económico, esto es, el de los servicios financieros y de inversión, en el cual es común que los operadores ofrezcan distintas modalidades de acceso a capital dentro de una misma línea de negocio.

En estos términos, la Dirección concluye que, bajo un análisis de razonabilidad, los servicios confrontados presentan conexidad competitiva, al concurrir en la satisfacción de una misma necesidad económica y ser percibidos por el consumidor con un origen empresarial común.

Conclusión

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, por el signo encontrado por la administración mas no por la marca de la opositora.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar **infundada** la oposición interpuesta por **CONSTRUCTORA CAPITAL MEDELLÍN S.A.S.**

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca¹¹ (Figurativa) para distinguir servicios comprendidos en la Clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza¹², solicitada por **INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a **INVERSIONES CAPITAL I.C S.A.S**, solicitante del registro, y a **CONSTRUCTORA CAPITAL MEDELLÍN S.A.S.**, 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 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

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



DANIEL MOR GARCIA

¹¹



¹² **36:** Consultoría en inversión de capital; financiación con capital privado.



Ref. Expediente N° SD2025/0070443

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

