

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 31739

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

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 5 de marzo de 2025, GREIT SAS, solicitó el registro de la Marca PLATAFORMA TITAN (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 12 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1061, SM MARKEN GMBH presentó oposición con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comunidad Andina

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

“(…) Al considerar que la marca PLATAFORMA TITAN es NOMINATIVA y la marca TITAN son MIXTAS y NOMINATIVAS, el factor que primará en el cotejo marcario es el nominativo, y por tanto, es sobre el cual deberá hacerse el examen comparativo.

“(…) En aplicación de los criterios anteriormente transcritos, y recurriendo a la simple reproducción de los signos se observan claras semejanzas pues la marca PLATAFORMA TITAN, está compuesta por una palabra idéntica por no decir igual a la marca de mi representada, generando así una gran confusión al público consumidor.

“(…) La comparación de las marcas anotadas, bajo los parámetros indicados por el TJCA permite concluir que las mismas comparten características esenciales como la inclusión de determinadas letras y/o consonantes, que al ser combinadas producen una impresión similar a los consumidores.

Del mismo modo, la marca PLATAFORMA TITAN contiene gran parte de los elementos incluidos en la marca TITAN, lo cual implica que el margen de semejanzas entre las marcas supera sus diferencias, lo cual a su vez supone que las marcas son similarmente confundibles, conforme a los criterios establecidos por el TJCA.

“(…) Ahora bien, la similitud fonética entre dos marcas surge con ocasión de la coincidencia de los factores que configuran el sonido de las mismas; en el caso concreto, debe tenerse en cuenta que la marca PLATAFORMA TITAN comparte con la previamente registrada ciertos factores que conducen al consumidor medio a pronunciarlas de forma similar.

Lo anterior se corrobora al efectuar un sencillo ejercicio de repetición de las marcas bajo examen:

¹ 12: Carros motorizados [vehículos terrestres].

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

PLATAFORMA TITAN – TITAN – PLATAFORMA TITAN – TITAN-

PLATAFORMA TITAN – TITAN – PLATAFORMA TITAN – TITAN-

PLATAFORMA TITAN – TITAN – PLATAFORMA TITAN – TITAN-

Es claro que la pronunciación de las marcas cotejadas es muy cercana, lo que genera para el consumidor el riesgo de asociar indebidamente el origen empresarial de los productos (confusión indirecta) o más aún, considerar que está comprando un producto en lugar de otro (confusión directa).

(...) Por último, en lo que respecta a las similitudes entre los signos que componen las marcas, debe considerarse que el concepto emanado por una marca puede resultar determinante para el grado de recordación de la misma por parte del consumidor e influir de igual forma en el momento en que el consumidor deba adquirir un producto u otro y diferenciarlo de otros elementos existentes en el mercado.

(...) Los productos anotados están comprendidos en la clase 12 Internacional, y están todos referidos al campo de los vehículos, aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática y accesorios para estos lo que de plano prueba que los mismos son conexos competitivamente.

En aplicación de los criterios establecidos por el Tribunal Andino en materia de conexión competitiva, se hace evidente que los signos cotejados concurrirán en el mercado y podrán ser indebidamente asociados por el consumidor medio.

Debido a la naturaleza de los elementos comprendidos por la marca PLATAFORMA TITAN en la clase 12, es factible que el consumidor medio acuda a los mismos medios de comercialización y publicidad para ubicar los elementos que comprende la marca TITAN, ya que estos están incluidos en la clase 12 Internacional.

(...) Del mismo modo, la naturaleza similar de los productos comprendidos por las marcas les permite cumplir con funciones y finalidades similares, lo cual acentúa la conexidad competitiva y el riesgo de confusión entre las mismas.

Que dentro del término concedido para tal efecto, GREIT SAS, dio respuesta a la oposición argumentando:

“(...) GREIT S.A.S., es una empresa colombiana del sector defensa que ha desarrollado una solución tecnológica especializada denominada PLATAFORMA TITAN, consistente en un vehículo motorizado blindado de carácter táctico-militar, destinado exclusivamente a uso del Ministerio de Defensa Nacional y el Ejército Nacional de Colombia, en el marco de proyectos de innovación, movilidad y seguridad operativa.

La marca PLATAFORMA TITAN ha sido solicitada por GREIT S.A.S. para identificar un producto específico y especializado: un vehículo motorizado blindado de plataforma múltiple, desarrollado como una solución tecnológica de defensa para el Ministerio de Defensa Nacional y el Ejército Nacional de Colombia. Se trata de un vehículo táctico militar, único en su tipo, diseñado exclusivamente para operaciones de defensa, con propósitos de seguridad nacional y de uso estatal.

Este hecho distingue plenamente el producto identificado por nuestra marca de cualquier otro tipo de vehículo o accesorio automotor de naturaleza comercial, recreativa o civil.

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

(...) Si bien ambas marcas comparten el término "TITAN", el signo solicitado es PLATAFORMA TITAN se diferencia claramente en el plano conceptual, comercial y de uso, por las razones que se exponen a continuación.

1. Está conformado por una expresión compuesta, donde el término "PLATAFORMA" es distintivo y esencial, que describe una estructura funcional especializada para defensa y no un producto comercial ordinario.

2. PLATAFORMA TITAN se identifica por ser vehículos militares tácticos de uso exclusivo estatal, mientras que los registros de la marca opositora TITAN identifican accesorios para autos y productos comerciales civiles (Clase 12).

(...) La marca PLATAFORMA TITAN tiene pleno carácter distintivo. Su denominación no es genérica ni descriptiva dentro del mercado automotor civil, y su uso exclusivo en el ámbito de defensa nacional le otorga una naturaleza singular.

Además, no existe intención de competir comercialmente en el mercado civil con la marca opositora, ya que el producto de GREIT S.A.S. no se oferta al público general, ni es distribuido por canales ordinarios de comercialización, porque como ya se dijo, su mercado de comercialización refiere única y exclusivamente al área de defensa nacional.

(...) El desarrollo, uso y solicitud de la marca PLATAFORMA TITAN se ha realizado de buena fe, en ejercicio legítimo del derecho al desarrollo tecnológico e industrial en el sector de defensa, en alianza con entidades estatales.

(...) El signo solicitado PLATAFORMA TITAN está conformado por una expresión compuesta, cuyo elemento inicial ("PLATAFORMA") introduce una connotación específica, técnica y funcional, que genera una impresión distinta al signo TITAN, el cual es simple, genérico y común en el entorno marcario internacional.

(...) Los productos identificados por la marca PLATAFORMA TITAN no están dirigidos al consumidor medio ni se comercializan en canales ordinarios. Por el contrario, su uso está restringido al ámbito institucional, gubernamental y estratégico del Estado, siendo su único cliente el Ministerio de Defensa Nacional. No existen puntos de contacto con productos como "accesorios para autos" del titular oponente.

Esta diferencia excluye la conexidad competitiva, pues no existe posibilidad de sustitución, uso conjunto, intercambio o publicidad cruzada entre los bienes.

(...) El uso de la marca en el contexto de seguridad y defensa nacional implica una categoría jurídica diferenciada, donde la SIC debe considerar el principio de especialidad del signo y su vinculación al interés público. No puede entonces equipararse la protección marcaria comercial con el uso institucional para actividades de defensa, conforme al principio de razonabilidad en la aplicación del Derecho de Marcas.

(...) El riesgo de confusión, según el TJCA (Proceso 89-IP-2008), debe analizarse bajo el estándar del consumidor medio razonablemente informado y atento.

En este caso, tal consumidor jamás enfrentaría ambos signos en el mismo contexto ni haría inferencias de vinculación empresarial, por tratarse de:

- Mercados completamente diferentes;*
- Finalidades de uso incompatibles (comercial vs. institucional);*

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

- *Públicos de consumo radicalmente distintos (particular vs. Estado). (...)*”.

Que el 20 de marzo y el 6 de abril de 2026 el señor PABLO ANDRÉS PARDO MAHECHA en representación del Ministerio de Defensa Nacional, allegó un escrito donde manifestó lo siguiente:

“(…) comedida y respetuosamente me permito presentar a su digno despacho ACCIÓN POR PRÁCTICAS RESTRICTIVAS DE LA COMPETENCIA en contra de la empresa GREIT SAS, basada en los siguientes hechos:

(...) 1. Entre la empresa GREIT SAS y el Ejército Nacional de Colombia existe un convenio especial de cooperación vigente.

2. En virtud de dicho Convenio (cláusula octava) la titularidad de los derechos de propiedad intelectual le pertenece al Ejército Nacional en su totalidad.

3. En el mismo sentido, GREIT SAS se comprometía a mantener dicha condición en favor del Ejército Nacional.

4. A pesar de los compromisos adquiridos y obrando de mala fé, GREIT SAS radicó la solicitud SD2025/0018587, actuando en contra de las disposiciones del citado instrumento.

5. La limitación al alcance del derecho presentada por GREIT SAS describe la tecnología de vehículos blindados para transporte seguro de personal desarrollada por el Ejército Nacional para defensa y seguridad nacional, razón por la cual no es viable conceder en favor de un tercero que no hace parte del sector defensa y no tiene interés legítimo, el registro solicitado.

6. GREIT SAS utilizó la información a la que tuvo acceso en virtud del Convenio en beneficio propio y con el fin de apropiarse en su favor de derechos de propiedad intelectual que no le pertenecen. (...)

De igual forma, junto con su escrito apporto los siguientes documentos:

1. Copia digital del Convenio Especial de Cooperación N° 001 de 2024 celebrado entre el Ministerio de Defensa Nacional – Ejército Nacional, Greit SAS e Integrated Defense Solutions SAS.
2. Copia simple de informe de radicación de solicitud de signos distintivos.

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:

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

a) sean idénticos o se asemejen, a una marca anteriormente solicitada para registro o registrada por un tercero, para los mismos productos o servicios, o para productos o servicios respecto de los cuales el uso de la marca pueda causar un riesgo de confusión o de asociación.

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Consideración previa

Previo al estudio de registrabilidad del signo solicitado para registro, esta Dirección considera oportuno pronunciarse frente al escrito presentado por el Ministerio de Defensa Nacional.

² •La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

•En la comparación, se debe emplear el método del cotejo sucesivo, es decir, se debe analizar un signo y después el otro. No es procedente realizar un análisis simultáneo, ya que el consumidor no observa al mismo tiempo las marcas, sino que lo hace en diferentes momentos.

•Se debe enfatizar en las semejanzas y no en las diferencias, ya que en estas últimas es donde se percibe el riesgo de confusión o de asociación.

•Al realizar la comparación, es importante tratar de colocarse en el lugar del presunto comprador, pues un elemento importante para el examinador, es determinar cómo el producto o servicio es captado por el público consumidor. (...).

³ A tal efecto, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha recogido a través de la interpretación Prejudicial proferida en el Proceso 100-IP-2018, los siguientes criterios que acreditan por sí mismos la existencia de relación, vinculación o conexión entre productos y/o servicios:

a) El grado de sustitución (intercambiabilidad) entre los productos y servicios. Existe conexión cuando los productos (o servicios) en cuestión resultan sustitutos razonables para el consumidor; es decir, que este podría decidir adquirir uno u otro sin problema alguno, al ser intercambiables entre sí. La sustitución se presenta claramente cuando un ligero incremento en el precio de un producto (o servicio) origina una mayor demanda en el otro. Para apreciar la sustituibilidad entre productos o servicios se tiene en consideración el precio de dichos bienes o servicios, sus características, su finalidad, los canales de aprovisionamiento o de distribución o de comercialización, etc. La sustituibilidad permite apreciar con claridad el hecho de que, desde la perspectiva del consumidor, un producto (o servicio) es competidor de otro producto (o servicio) de modo tal que el consumidor puede optar por uno u otro con una relativa facilidad. A modo de ejemplo, tratándose de las infusiones en la forma de bolsas filtrantes, el anís, el cedrón, la manzanilla, etc., suelen ser productos sustitutos entre sí.

b) La complementariedad entre sí de los productos o servicios. Existe conexión cuando el consumo de un producto genera la necesidad de consumir otro, pues este es complementario del primero. Así, el uso de un producto supone el uso del otro. Esta complementariedad se puede presentar también entre productos y servicios. Así, por ejemplo, la crema o pasta dental o de dientes (dentífrico) se complementa con el cepillo dental y con el hilo dental. Un ejemplo de complementariedad entre un servicio y un producto puede ser el servicio educativo con el material de enseñanza.

c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

Al respecto, debemos precisarle al Ministerio de Defensa Nacional que la Dirección de Signos Distintivos no es el órgano competente para dirimir diferencias judiciales relativas a practicas restrictivas de la competencia, menos aún dentro de un trámite de solicitud de registro.

Esta Autoridad tienen un carácter registral y sus funciones están específicamente delimitadas en el Artículo 19 del Decreto 4886 de 2011.

En este orden, los argumentos esbozados en dicho escrito resultan ajenos al procedimiento contemplado para trámite de registro de marcas y en razón a ello no deberán ser tenidos en cuenta.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

Las marcas opositoras son las siguientes:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Nominativa	TITAN	SM MARKEN GMBH	03099296	8	12	Marca	Registrada	31 may. 2034
Mixta	TITAN	SM MARKEN GMBH	12049504	9	12	Marca	Registrada	31 oct. 2032
Mixta	TITAN	GRUPO GIULETI S.A.	02019895	9	12	Marca	Caducado	31 dic. 2022

Sobre el particular, la Dirección evidencia que la marca registrada bajo expediente 02019895 se encuentra caducada desde el 31 de diciembre de 2022, razón por la cual no constituye un antecedente valido y no será tenido en cuenta como obstáculo al presente examen de registro.

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
Mixta	TITAN AUTOPARTES CONFIABLES	SM MARKEN GMBH	SD2016/0054923	10	12	Marca	Registrada	05 jun. 2027
Mixta	TITAN MOTO PARTS	SM MARKEN GMBH	SD2016/0054962	10	12	Marca	Registrada	05 jun. 2027
Mixta	TITAN	SM MARKEN GMBH	SD2016/0054968	10	12	Marca	Registrada	05 jun. 2027
Mixta	Titan HD	SM MARKEN GMBH	12070327	9	12	Marca	Registrada	12 dic. 2032

Los signos a comparar son los siguientes:

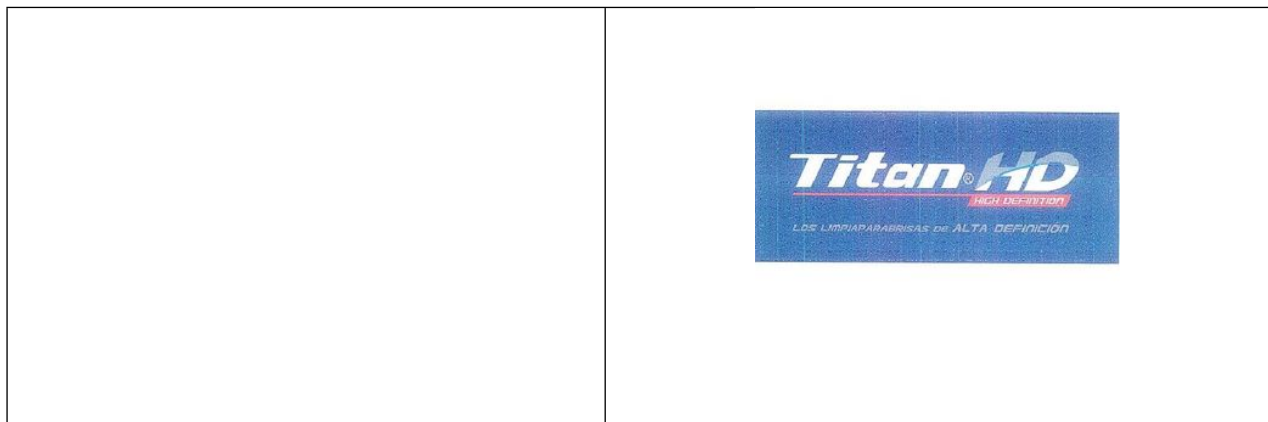


Ref. Expediente N° SD2025/0018587

Signo solicitado	Antecedentes
PLATAFORMA TITAN	TITAN    



Ref. Expediente N° SD2025/0018587



El signo solicitado en registro corresponde a una marca denominativa compleja conformada por la expresión PLATAFORMA TITAN.

Respecto de los signos antecedentes se observa una marca denominativa simple conformada por la expresión TITAN y cinco marcas mixtas donde la expresión TITAN se constituye como el elemento más relevante, al cual se suman otras expresiones adicionales de carácter secundario.

Jurisprudencia

En el Proceso 0110-IP-2013, el Tribunal Andino de Justicia, ha preceptuado que:

“Las marcas denominativas llamadas también nominales o verbales, utilizan expresiones acústicas o fonéticas, formadas por una o varias letras, palabras o números, individual o conjuntamente estructurados, que integran un conjunto o un todo pronunciable, que puede o no tener significado conceptual. Los signos denominativos compuestos son los que se encuentran integrados por dos o más palabras. En una marca denominativa compuesta habrá de examinarse especialmente la relevancia y distintividad de los vocablos que formen parte de ella, resaltando, necesariamente, el elemento más caracterizado del conjunto marcario y que le otorga una distintividad propia al signo por registrarse. Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). Al comparar una marca denominativa y una mixta se determina que si en ésta predomina el elemento verbal, debe procederse al cotejo de los signos aplicando las reglas que para ese propósito ha establecido la doctrina; y, si por otro lado, en la marca mixta predomina el elemento gráfico frente al denominativo, no habría, en principio, lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial. En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto”.

Familia de marcas

La sociedad opositora **SM MARKEN GMBH**, ha incluido de forma reiterada la expresión **TITAN** en signos distintivos de su titularidad, por lo que estamos en presencia de una familia de marcas. Esta se comprende como la estrategia de mercadeo consistente en identificar con una serie de marcas que comparten un elemento común en un conjunto de productos y servicios con finalidades similares o afines. Las marcas escogidas se caracterizan por incorporar un elemento común que genera en el consumidor una relación inmediata entre

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

los productos o servicios y la empresa que los produce u ofrece. Se advierte que la familia de marcas se caracteriza por alcanzar una gran distintividad en el mercado, pues cada vez que se introduce una nueva marca existe en la memoria del consumidor el recuerdo de la anterior.

La protección que amerita una familia de marcas debe ser más rigurosa, por cuanto está de por medio el interés del consumidor, quien al estar familiarizado con una serie de marcas que comparten un término común, y que provienen de un mismo productor, asumirá que cualquier marca con ese mismo vocablo para productos similares o relacionados, tiene el mismo origen empresarial. De igual forma, la familia de marcas se caracteriza por tener una calidad especial que le es uniforme a los productos y servicios que identifica, por tanto, la protección de uso exclusivo que le debe corresponder al titular de la familia de marcas, en relación con el radical característico, beneficia al consumidor que adquiere el producto por la calidad que ya conoce.

En este sentido el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina se ha pronunciado al respecto, indicando que:

“En el Derecho de Marcas se admite en general la existencia de una pluralidad de marcas que posean un rasgo distintivo común. Si este elemento común figura en la denominación, será, por lo general, el elemento dominante. El elemento dominante común hará que todas las marcas que lo incluyan produzcan una impresión general común, toda vez que inducirá a los consumidores a asociarlas entre sí y a pensar que los productos a que se refieren participan de un origen común. Dado que el elemento dominante común obra como un indicador de pertenencia de la marca a una familia de marcas, es probable que el consumidor medio considere que el producto o servicio donde figura el citado elemento común constituye objeto de una marca que pertenece a determinada familia de marcas, por lo que el registro de aquella, en caso de corresponder a distinto titular, podría inducir a confusión”⁴.

Así las cosas, es claro que estamos frente a un caso de familia de marcas y por esta razón la misma debe gozar de una protección especial, con el fin de proteger al titular de esta y a los consumidores.

Análisis comparativo

En principio, esta Dirección evidencia que el vocablo PLATAFORMA contenido en el signo solicitado para registro PLATAFORMA TITAN constituye un elemento genérico para el sector automotriz y particularmente para la clase 12 del nomenclador internacional.

En efecto, en el sector vehicular, las plataformas rodantes y elevadoras son herramientas especializadas para maniobrar, elevar y posicionar vehículos en talleres, garajes y exposiciones. Facilitan tareas como reparaciones, traslados en espacios reducidos y carga/descarga sin necesidad de grandes grúas. En la Clase 12 de la Clasificación Internacional de Niza, que cubre vehículos y aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática, las "plataformas rodantes" y "plataformas elevadoras" se clasifican como partes o accesorios de vehículos terrestres. Esta clase incluye específicamente componentes para manipulación y elevación en el sector automotriz⁵.

Con relación a este tipo de elementos, el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha señalado que:

⁴ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Interpretación Prejudicial. Proceso 187-IP-2020

⁵ Consultado en <https://webaccess.wipo.int/mgs/?lang=es> el 29 de abril de 2026.

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

“Al momento de realizar el correspondiente examen de registrabilidad no deben tomarse en cuenta los elementos genéricos, a efectos de determinar si existe confusión; ésta es una excepción al principio de que el cotejo de las marcas debe realizarse atendiendo a una simple visión de los signos que se enfrentan. En el caso de los elementos genéricos, la distintividad se busca en el elemento diferente que integra el signo”⁶.

Situación similar se presenta con las expresiones AUTOPARTES, CONFIABLES, MOTO, PARTS y HD, contenidas en los signos antecedentes, ya que constituyen expresiones genéricas y laudatorias.

“El titular de una marca no puede impedir que las expresiones descriptivas y comunes o usuales puedan ser utilizadas por los otros empresarios. Ello significa que su marca es débil porque tiene una fuerza limitada de oposición, ya que las partículas descriptivas o de uso común se deben excluir del cotejo de la marca”⁷.

En este orden, resulta evidente que elemento distintivo del signo solicitado para registro PLATAFORMA TITAN corresponde al elemento dominante común de la familia de marcas opositora, es decir, la expresión TITAN.

Así mismo, la exclusión de los elementos genéricos y descriptivos de los conjuntos marcarios deviene necesariamente en la identidad de los signos cotejados, ya que ambos están compuestos por un único elemento distintivo y los elementos gráficos que componen los signos antecedentes tienen un carácter secundario.

De este modo, se observa que los signos confrontados son evidentemente confundibles, pues al tener la misma denominación se escriben igual, se pronuncian de la misma manera y evocan exactamente el mismo concepto, por lo que resulta obvio que los consumidores podrían confundirlos o asociarlos a un mismo origen empresarial.

Teniendo en cuenta lo anterior, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

12: Carros motorizados [vehículos terrestres].

Los signos confrontados identifican:

Expedientes	Productos
SD2016/0054923	(12): Accesorios para autos.
SD2016/0054962	(12): Accesorios para vehículos.
SD2016/0054968	(12): Accesorios para vehículos.
03099296	(12): Vehículos; aparatos de locomoción terrestre, aérea o acuática.
12049504	(12): Accesorios para autos.
12070327	(12): Accesorios para autos.

Esta Dirección evidencia que los carros motorizados que pretende distinguir el signo solicitado para registro constituyen una especie dentro del género de vehículos y aparatos

⁶ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso No.138-IP-2013.

⁷ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso N° Proceso 536-IP-2015.

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

de locomoción terrestre que identifica la marca registrada bajo expediente 03099296. En este orden, acceder al registro implicaría que el signo solicitado para registro podría concurrir en el comercio para identificar los mismos productos que el signo antecedente, por ello, la conexidad competitiva resulta evidente.

Por otro lado, desde el criterio de la razonabilidad, existe conexidad competitiva entre los vehículos terrestres y los accesorios para vehículos, en la medida en que, atendiendo a la realidad del mercado, resulta razonable que el consumidor considere que ambos productos pueden provenir del mismo origen empresarial. En el sector automotor es común que un mismo agente económico participe de manera integral en la fabricación, comercialización o distribución tanto de vehículos como de los accesorios destinados a su uso, personalización, mantenimiento o mejora funcional. Esta práctica responde a estrategias empresariales de extensión de línea y fortalecimiento de marca, ampliamente reconocidas en la industria, lo que refuerza la percepción de unidad de origen por parte del público consumidor.

Adicionalmente, el consumidor medio, al enfrentarse a un signo idéntico o similar aplicado a vehículos terrestres y a accesorios para vehículos, podría asumir razonablemente que dichos productos hacen parte de un portafolio empresarial coherente, orientado a satisfacer necesidades relacionadas con la movilidad terrestre. Esta percepción se ve reforzada por el hecho de que ambos productos suelen comercializarse bajo una misma identidad marcaria, a través de concesionarios, distribuidores autorizados o canales especializados del sector automotor, lo cual consolida la idea de un origen empresarial común. En consecuencia, desde la perspectiva del criterio de razonabilidad, la coexistencia de signos similares para estos productos es susceptible de generar confusión sobre su procedencia empresarial, lo que permite afirmar la existencia de conexidad competitiva entre ellos.

Finalmente, y dando respuesta a los argumentos del solicitante, debemos tener en cuenta que dentro de la cobertura amparada por el signo solicitado para registro no se especificaron los vehículos de orientación militar, sino que se solicitó la cobertura general de vehículos terrestres, de allí que no resulte viable el argumento relacionado con una destinación específica de los productos orientada al sector militar y de defensa.

Al margen de lo anterior, la eventual orientación del signo solicitado a vehículos militares no resulta suficiente para desvirtuar la existencia de conexidad competitiva toda vez que, conforme a la realidad del mercado, es habitual que los fabricantes de vehículos de uso doméstico o civil participen igualmente en el desarrollo, producción o suministro de vehículos destinados a usos especiales, incluyendo aquellos de carácter militar. En la industria automotriz es frecuente que un mismo agente económico diversifique su portafolio hacia líneas especializadas, aprovechando capacidades tecnológicas, infraestructura productiva y posicionamiento marcario previamente consolidados.

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.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por SM MARKEN GMBH.

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca PLATAFORMA TITAN (Nominativa) para distinguir productos servicios comprendidos en la clase 12 de la Clasificación Internacional

Ref. Expediente N° SD2025/0018587

de Niza⁸, solicitada por GREIT SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a GREIT SAS, solicitante del registro y a SM MARKEN GMBH opositor (es), el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado 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 29 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁸ 12: Carros motorizados [vehículos terrestres].