

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 32709

Ref. Expediente N° SD2025/0089753

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 16 de septiembre de 2025, ALMACENES TECNO HOGAR COLOMBIA SAS, solicitó el registro de la Marca TECNOHOGAR COMPANY LOSMO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1082, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

TERCERO: Que atendiendo las disposiciones establecidas en la Decisión 486 de la Comunidad Andina, encuentra la Dirección que de conformidad con el artículo 150 de aquella, es deber de la oficina realizar el estudio de registrabilidad de un signo teniendo en cuenta todas y cada una de las causales de irreregistrabilidad determinadas por los artículos 135 y 136 de la Decisión. Sobre este particular, ha expuesto el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina lo siguiente:

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

Causales de irreregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero²,

¹ 35: Gestión de negocios comerciales; administración comercial; Comercialización de electrodomésticos.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0089753

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con marcas previamente registradas

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

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Estado	Vigencia
Mixta	TECNOHOGAR JS RENUEVA TU HOGAR CON TECNOLOGIA	Lady Stephania Zabala Buitrago	SD2024/0080468	12	35	Marca	Registrada	01/07/2035
Mixta	TH TECNOHOGAR	TECNOHOGAR INVERSIONES & CIA S.C.A.	SD2022/0055583	11	35	Marca	Registrada	22/02/2033

•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° SD2025/0089753

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados resultan confundibles, en la medida en que el elemento nominativo constituye el componente de mayor relevancia dentro de los signos bajo estudio. En efecto, al apreciarlos en conjunto y de manera sucesiva, se observa que el signo solicitado TECNOHOGAR COMPANY LOSMO y las marcas registradas TECNO HOGAR y TECNOHOGAR JS RENUEVA TU HOGAR CON TECNOLOGIA presentan semejanzas ortográficas, fonéticas y conceptuales relevantes, dado que el signo solicitado reproduce el vocablo distintivo de las marcas registradas, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para neutralizar el riesgo de confusión.



Ref. Expediente N° SD2025/0089753

Desde el punto de vista ortográfico, los signos coinciden plenamente en la expresión inicial TECNOHOGAR, compuesta por nueve letras en idéntico orden y disposición, circunstancia que genera una impresión visual altamente similar. Fonéticamente, dicha coincidencia se acentúa al compartir la misma pronunciación, ritmo y acentuación en su elemento predominante, siendo probable que el consumidor medio retenga y reproduzca verbalmente dicha expresión como referente principal para identificar el origen empresarial de los productos o servicios distinguidos.

En el plano conceptual, los signos evocan una misma idea asociada a tecnología para el hogar o productos tecnológicos destinados al ámbito doméstico, lo cual refuerza la asociación ideológica entre ellos. Los vocablos adicionales COMPANY LOSMO y JS RENEVA TU HOGAR CON TECNOLOGÍA poseen un carácter secundario o accesorio dentro de la impresión de conjunto corporativa, promocional o laudatoria que el consumidor percibirá como complementaria, mas no como distintiva.

En consecuencia, dada la coincidencia en el elemento dominante y distintivo TECNOHOGAR, esta Dirección considera que el consumidor podría razonablemente creer que se trata de signos provenientes de un mismo empresario, de empresas vinculadas económicamente o de una extensión de línea marcaria, configurándose así un riesgo de confusión directa e indirecta en el mercado.

De esta forma, y ante la presencia del primer presupuesto, esto es, que los signos presenten similitudes susceptibles de generar confusión, resulta relevante que la administración se pronuncie sobre la eventual relación que pueda existir entre los productos y/o servicios que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y/o servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 35: Gestión de negocios comerciales; administración comercial; Comercialización de electrodomésticos.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2024/0080468 Clase 35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Expediente SD2022/0055583 Clase 35: Compra, venta, importación, exportación y comercialización de, Licuadoras, batidoras y exprimidores, lavadoras, lavadoras secadoras, herramientas eléctricas, máquinas y máquinas herramientas, aparatos e instrumentos científicos, teléfonos celulares, aparatos de televisión, equipos de sonido, reproductores de DVD, reproductores de vcd, cámaras fotográficas, videocámaras, tablets, computadores, programas de computador, memorias usb, cables usb, mp3, mp4, mp5, accesorios para teléfonos celulares, cargadores de batería, estuches, ganchos para cinturón, auriculares, pantallas, baterías, protectores de pantalla, antenas y artículos de programación, calculadoras eléctricas, aparatos para la conducción, distribución, transformación, acumulación, regulación o control de la electricidad, aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes, discos acústicos, distribuidores automáticos y mecanismos para aparatos de previo pago, cajas registradoras, aparatos

⁴ Ibidem, p. 2.

Ref. Expediente N° SD2025/0089753

para el registro, transmisión, reproducción, de sonido e imágenes, soportes de registros magnéticos, discos acústicos, distribuidores automáticos, cajas registradoras, máquinas calculadoras, equipo para el tratamiento de la información y ordenadores, equipos de televisión, cómputo y sonido, aparatos de calefacción, de refrigeración, de secado, de ventilación, de distribución de agua, calentadores a gas y eléctricos, neveras, enfriadores, secadores de aire, asadores, calienta biberones, cafeteras eléctricas, cámaras frigoríficas, congeladores, duchas, estufas a gas y eléctricas, fogones, freidoras eléctricas, hornos microondas, ollas a presión y eléctricas, secadoras de ropa eléctricas, secadores de pelo, tostadores, dispensadores de agua, secadoras de ropa a gas, campanas extractoras de olor, aparatos a gas para el hogar y la industria, bicicletas sus partes y accesorios, tales como, pedales, marcos, manubrios, galápagos, tenedores, sillines, dispositivos de frenado para bicicletas, amortiguadores, cadenas, riñes, tubulares, neumáticos, rayos de ruedas, guayas, llantas, cambios para bicicletas, palancas de cambio dobles y sencillas, platos, triciclos, remolques de bicicleta, coches de bebé, vehículos eléctricos para niño, vehículos de motor de dos ruedas, ciclomotores, motonetas, motocarros, motocicletas, muebles, espejos, marcos, cintas de madera, entrepaños de madera, acabados de materias plásticas para muebles, objetos para la decoración, guarniciones de muebles no metálicas, puertas de muebles, ruedas de muebles no metálicas, tablas de muebles, productos no comprendidos en otras clases de madera, y en general todo tipo de muebles para el hogar y la oficina, abrebotellas, eléctricos y no eléctricos, aplasta patatas, azucareros, bacinillas, baldes, baldes con escurridor de mopas, artículos de loza, artículos de porcelana, bañeras de plástico para niños, bañeras para bebés, baterías de cocina, baterías de cocina ollas y sartenes, baterías de cocina para utilizar en hornos de microondas, batidoras de alimentos no eléctricas, cacerolas, cafeteras no eléctricas, calderas ollas, cazuelas vajilla, copas de vino, copas para licores, cucharas de madera utensilios decocina, cucharas para arroz para uso doméstico, cucharas para el azúcar para uso doméstico, cucharones utensilios de cocina, ensaladeras, licuadoras de fruta no eléctricas, licuadoras no eléctricas para la preparación de alimentos, licuadoras no eléctricas para uso doméstico, machacadores de alimentos, ollas, ollas a presión no eléctricas, ollas arroceras no eléctricas, ollas de hierro, ollas metálicas, peines eléctricos, peines eléctricos para el cabello, pinzas de ensalada, platos, porta botellas, ralladores para uso culinario, recipientes de cocina, recipientes de horno, recipientes de uso doméstico para alimentos, saleros, sartenes, soperas, tapas de olla, tazas, tenedores de cocina, teteras, utensilios de cocina, vajilla, vajillas de cerámica, vajilla para servir bebidas, vasos Collins, vasos con pico recipientes para beber, ropa interior y exterior, deportiva y de gimnasia, formal e informal para mujeres, hombres, niños y niñas, zapatos, calzado de playa, tacones, sandalias, gorras, gorros y sombrerería, vestidos de baño, gorros de baño, mallas de baño, pareos, medias, calcetín, bodis, pañuelos, fajas, pijamas y disfraces, Guantes prendas de vestir, Guantes de esquí..

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 35 internacional de las marcas confrontadas (Identidad)

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos o servicios que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial.

No obstante, no hay duda de la relación de los signos confrontados, toda vez que se trata del mismo tipo de servicios. En efecto, se puede observar que respecto del expediente **SD2024/0080468** los signos identifican las mismas prestaciones de servicios de “Gestión de negocios comerciales” y “administración comercial” mientras que, en relación con el expediente **SD2022/0055583** existe una identidad género especie entre los servicios *Comercialización de electrodomésticos* y los del signo protegido *comercialización de*,

Ref. Expediente N° SD2025/0089753

Licadoras, batidoras y exprimidores, lavadoras, lavadoras secadoras, herramientas eléctricas, máquinas y máquinas herramientas, aparatos e instrumentos científicos, teléfonos celulares, aparatos de televisión, equipos de sonido, reproductores de DVD, reproductores de vcd, cámaras fotográficas, videocámaras, tablets (...)” al ser en esencia la misma prestación.

Ante este escenario, el consumidor puede elegir entre unos u otros para satisfacer la misma necesidad. Con ello, se acredita lo dispuesto por la IP-100 de 2018 del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina.

Al presente análisis se trae a colación lo manifestado por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina respecto de la teoría de la interdependencia, a saber:

“(...) Por lo demás, 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”⁵.

En este orden de ideas, al aplicar la antes mencionada interdependencia, que como su nombre lo indica, implica reciprocidad, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan y los productos o servicios que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los productos o servicios, lo cual no se da en el presente caso.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente registrado o solicitado en registro estará incurso en la causal analizada siendo imposible por tanto acceder a su registro, toda vez que el ordenamiento protege tanto los derechos del titular del signo previamente registrado como los derechos de los usuarios y consumidores a escoger libremente y sin distorsiones los productos y servicios ofrecidos en el mercado.

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

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca TECNOHOGAR COMPANY LOSMO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por la sociedad ALMACENES TECNO HOGAR COLOMBIA SAS, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a la sociedad ALMACENES TECNO HOGAR COLOMBIA SAS, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

⁵ Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, Proceso 153-IP-2004.

⁶ **35:** Gestión de negocios comerciales; administración comercial; Comercialización de electrodomésticos.

Resolución N° **32709**

Ref. Expediente N° SD2025/0089753

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 30 de abril de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

