

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 44081

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

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 30 de abril de 2025, **TECNO TELECOM (HK) LIMITED**, solicitó el registro de la Marca **TECNO AI** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066 el 8 de mayo de 2025, la **CORPORACION EL ROSADO S.A.**, 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:

“(…)

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

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

“Regla 1.- La confusión resulta de la impresión de conjunto despertada por las marcas.

Regla 2.- Las marcas deben examinarse sucesivamente y no simultáneamente.

Regla 3.- Deben tenerse en cuenta las semejanzas y no las diferencias que existen entre las marcas.

Regla 4.- Quien aprecie el parecido debe colocarse en el lugar del comprador presunto

¹ 9: Teléfonos inteligentes [smartphones]; teléfonos móviles; pilas eléctricas; cargadores de pilas y baterías; cables de datos; ordenadores; ordenadores notebook; tabletas electrónicas; hardware; software grabado; Aparatos de procesamiento de datos; programas informáticos descargables; teclados de ordenador; módems; ratones [periféricos informáticos]; alfombrillas de ratón; Láminas protectoras diseñadas para pantallas de ordenador; fundas para ordenadores portátiles; soportes diseñados para ordenadores portátiles; carcasas para tabletas electrónicas; bolsos diseñados para ordenadores portátiles; estaciones de acoplamiento para teléfonos inteligentes; Auriculares estéreo; cascos auriculares; auriculares; altavoces inalámbricos; altavoces inteligentes; cargadores para teléfonos móviles; adaptadores para redes informáticas; Tableros de conexiones; relojes inteligentes; brazaletes inteligentes; gafas inteligentes; gafas de realidad virtual; rúters de redes informáticas; cámaras de vídeo; interruptores inteligentes; enrutadores inalámbricos; dispositivos de red de área local inalámbrica; Fuentes de alimentación de energía portátiles [baterías recargables]; decodificadores de televisión; televisores; cargadores portátiles; enchufes hembra; interruptores; Enchufes macho; pilas solares; robots humanoides con funciones de comunicación y aprendizaje para asistir y entretener a personas; películas de protección diseñadas para teléfonos inteligentes [smartphones]; estuches para teléfonos inteligentes [smartphones]; paneles solares para producir electricidad; cajas de empalme [electricidad]; cables USB; software informático descargable para la recopilación, el análisis y la organización de datos en el ámbito del aprendizaje profundo; software informático de bot conversacional para simular conversaciones; plataformas de software, grabadas o descargables; equipos de reconocimiento facial; tableros de anuncios electrónicos; dispositivos de comunicación por red; robots humanoides con inteligencia artificial para ser utilizados en la investigación científica; chips [circuitos integrados].

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

y tener en cuenta la naturaleza de los productos.

(...)

El tratadista Fernández Novoa ofrece los siguientes criterios en torno a la comparación de marcas denominativas. Ellos han sido recogidos en varios pronunciamientos del Tribunal, como en el emitido en el Proceso 1-IP-2005: Marca: "LOREX".

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

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

La única diferencia entre los signos consiste en que la marca solicitada a registro incluye la expresión "AI", que no cumple función diferenciadora, como quiera que la palabra "AI", que no es otra cosa que las iniciales de palabras "Artificial Intelligence" que, como lo ha definido la Comisión Europea, consiste en "sistemas de software (y posiblemente también de hardware) diseñados por humanos que, ante un objetivo complejo, actúan en la dimensión física o digital: percibiendo su entorno, a través de la adquisición e interpretación de datos estructurados o no estructurados, razonando sobre el conocimiento, procesando la información derivada de estos datos y decidiendo las mejores acciones para lograr el objetivo" siendo un "término genérico que se refiere a cualquier máquina o algoritmo que sea capaz de observar su entorno, aprender y, sobre la base de los conocimientos y la experiencia adquiridos, tomar medidas inteligentes o proponer decisiones."

Dados su significado en campo de la informática y de las tecnologías de las telecomunicaciones, "AI" es un término genérico y de uso común para referirse a especies de sistemas de software, hardware y máquinas clasificadas en clase 09, que, a su vez, tiene aptitud descriptiva de características o funcionalidades de productos de clase 09. Así, la palabra "AI" es carente de distintividad y no opera como factor de diferenciación en relación con productos de clase 09; por consiguiente, debe ser excluida del cotejo marcario o debe atribuirse a ella menor valor, por ser genérica, de uso común y descriptiva, por consiguiente, no idónea para indicar un único origen empresarial.

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

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

▪ SIMILITUD VISUAL

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

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

(...)

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

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

▪ SIMILITUD FONÉTICA

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

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

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

(...)

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

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

Estando establecida la similitud visual, gramatical, fonética y conceptual que presenta la marca “TECNO AI” respecto de la marca previamente registrada “TEKNO”, es palmario que su uso el comercio generaría riesgo de confusión en el consumidor, puesto que con ella se pretenden identificar productos iguales y similares a los productos amparados por la marca antecedente.

(...)

Como puede verse, la marca solicitada a registro busca identificar “ordenadores; ordenadores notebook; tabletas electrónicas; hardware; software grabado; aparatos de procesamiento de datos; programas informáticos descargables; teclados de ordenador; módems; ratones [periféricos informáticos; cámaras de vídeo” son dispositivos iguales o ya incluidos bajo la categoría de “equipos para el tratamiento de la información y ordenadores” amparados por la marca opositora TEKNO, registrada en clase 09.

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

Igualmente, los productos “pilas eléctricas; cargadores de pilas y baterías; cargadores para teléfonos móviles; adaptadores para redes informáticas; tableros de conexiones; rúters de redes informáticas; interruptores inteligentes; enrutadores inalámbricos; dispositivos de red de área local inalámbrica; fuentes de alimentación de energía portátiles [baterías recargables]; decodificadores de televisión; televisores; cargadores portátiles; enchufes hembra; interruptores; enchufes macho; pilas solares; paneles solares para producir electricidad; cajas de empalme [electricidad];” son especies de los “aparatos e instrumentos eléctricos” amparados por el registro de la marca TEKNO.

Además, productos tales como los “teléfonos inteligentes [smartphones]; teléfonos móviles; cables de datos; ordenadores; ordenadores notebook; tabletas electrónicas; hardware; auriculares estéreo; cascos auriculares; auriculares; altavoces inalámbricos; altavoces inteligentes; auriculares estéreo; cascos auriculares; auriculares; altavoces inalámbricos; altavoces inteligentes; relojes inteligentes; brazaletes inteligentes; gafas inteligentes; gafas de realidad virtual; rúters de redes informáticas; cámaras de vídeo; interruptores inteligentes; enrutadores inalámbricos; dispositivos de red de área local inalámbrica; decodificadores de televisión; televisores; robots humanoides con funciones de comunicación y aprendizaje para asistir y entretener a personas; cables USB; software informático descargable para la recopilación, el análisis y la organización de datos en el ámbito del aprendizaje profundo; software informático de bot conversacional para simular conversaciones; plataformas de software, grabadas o descargables; equipos de reconocimiento facial; tableros de anuncios electrónicos; dispositivos de comunicación por red; robots humanoides con inteligencia artificial para ser utilizados en la investigación científica; chips [circuitos integrados]” que busca identificar la marca TECNO AI, están comprendidos dentro del género de “aparatos para el registro, transmisión, reproducción del sonido o imágenes” de la cobertura de la marca TEKNO, registrada en clase 09.

De otra parte, no obstante los productos a ser identificados por la marca TECNO AI pertenecen a la clase 09, dado que la marca TEKNO, además de amparar productos de clase 09, también ampara productos de clases 8, 11 y 12, y que mi representada usa efectivamente sus marcas en el mercado para identificar productos de clases 09, 8, 11 y 12, considerando la dinámica de las compañías de productos eléctricos y electrónicos, los consumidores podrán pensar razonablemente que los productos de clase 09 que se llegaran a identificar con la marca TECNO AI son originarios del titular de la marca TEKNO, o que son una nueva línea de productos y servicios con el mismo origen empresarial.

Tal riesgo de asociación es factible en la medida en que mi representada, en efecto, usa sus marcas TEKNO para identificar productos de diversa índole, incluyendo productos de clases 08, 09, 11 y 12, tal y como se acredita con las impresiones de búsquedas en Internet de productos TEKNO de mi representada, así como con las impresiones de los productos TEKNO comercializados por mi representada a través de sus tiendas Ferrisariato y Frecuento, que se adjuntan como anexos.

(...)

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

En ese contexto, la marca solicitada a registro, TECNO AI es visual y fonética confundible con la marca previamente registrada TEKNO, y busca distinguir productos iguales y similares a los amparados por ésta, por lo cual se puede concluir que su uso (...)

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

“(…)

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

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

2.2. Reglas del cotejo marcario establecidas por el Tribunal De Justicia De La Comunidad Andina

“(…)

Como se puede ver, el examen de confundibilidad es un examen que tiene diversas dimensiones y que debe realizarse de forma rigurosa y disciplinada. Por lo tanto, a continuación pasaremos a analizar y efectuar el cotejo marcario para el caso bajo estudio aplicando las reglas referenciadas anteriormente y los criterios o “subreglas” mencionadas, con el fin de por explicar las razones por las cuales la oposición carece de fundamento.

2.3. Visión global

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

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

Advirtiendo que no es suficiente con que los signos confrontados posean similitudes marginales, sino que estas deben ser determinantes de modo tal que su coexistencia en el mercado genere ineludiblemente confusión en el público consumidor, a continuación, nos permitimos realizar el cotejo marcario siguiendo los lineamientos que para el efecto a esbozado el TJCA.

“(…)

Conforme a lo anterior y tal como se aprecia a continuación, la presencia de ciertos elementos en las marcas en conflicto hace que no se configure la causal de irregistrabilidad de que trata el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486, pues las marcas no son similarmente confundibles y, en esta medida, su coexistencia en el mercado no generará riesgo de confusión ni de asociación entre los consumidores.

En efecto, el criterio del análisis en conjunto se fundamenta y tiene su razón de ser en un principio mayor que permea el régimen marcario de forma transversal cual es el del acercamiento a la percepción del consumidor. En este sentido, para realizar un

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

examen de confusión justo el juzgador debe situarse lo más cerca posible a las mismas condiciones y circunstancias en que estaría el público consumidor pertinente, al momento en que adquiere determinado producto o servicio.

En relación con la argumentación de la opositora, según la cual las diferencias entre las marcas cotejadas no son relevantes para el cotejo marcario, me permito reiterar que, de acuerdo con la jurisprudencia del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el momento de realizar la comparación para determinar si dos signos son o no similarmente confundibles, el criterio más importante es aquel que establece que los signos deben ser comparados en su conjunto.

(...)

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

Es ilustrativo recordar que el propio Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina ha establecido que cuando los signos enfrentados coinciden únicamente en elementos evocativos o de uso generalizado, el análisis comparativo debe ser menos estricto en cuanto a dichas coincidencias, enfocándose en cambio en los elementos diferenciadores.

(...)

En ese sentido, “TECNO/TEKNO” no posee un carácter distintivo fuerte ni exclusivo, por lo que no puede ser monopolizado marcariamente por un solo titular. Su uso por distintos operadores en el mercado es legítimo siempre que esté acompañado de otros elementos denominativos o gráficos capaces de individualizar el signo global.

(...)

Bajo este criterio, la coincidencia de las marcas en el término “TECNO/TEKNO” no puede ser considerada indicativa de un mismo origen empresarial. Por el contrario, siendo “TECNO” un vocablo de naturaleza altamente sugestiva/genérica dentro del sector tecnológico, el consumidor acostumbrado a verlo en múltiples marcas comerciales pondrá atención principalmente en los demás componentes de cada signo para distinguir su procedencia.

Así las cosas, es en los elementos adicionales y divergentes donde radica la fuerza distintiva de cada marca. En el caso bajo análisis, dicho elemento diferenciador es claramente la palabra “AI” presente en la marca solicitada, ausente en la marca opositora. Este añadido, como explicaremos, confiere al signo TECNO AI una identidad propia en lo visual, lo fonético y lo conceptual, que neutraliza cualquier similitud marginal proveniente del segmento “TECNO/TEKNO”.

(...)

Como se observa en el cuadro comparativo, las diferencias entre TEKNO y TECNO AI son marcadas en todos los aspectos relevantes. A continuación, desarrollamos en detalle cada uno de estos puntos de comparación.

(I) DERECHOS ADQUIRIDOS POR TECNO TELECOM (HK) LIMITED

La marca solicitada TECNO AI forma parte de una reconocida serie de signos marcarios titularidad de TECNO TELECOM (HK) LIMITED que han sido debidamente

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

registrados y protegidos en Colombia en la Clase 9 y que incluyen la partícula “TECNO”.

(...)

La coexistencia pacífica de estas marcas en el mercado colombiano confirma que la expresión “TECNO” ha sido aceptada por la Superintendencia de Industria y Comercio como parte de signos distintivos válidos en la Clase 9, siempre que se acompañe de otros elementos distintivos, como ocurre en el presente caso con la adición de “AI”.

Por lo tanto, resulta incoherente o injustificado que se pretenda ahora impedir el registro de TECNO AI bajo el argumento de una supuesta similitud con signos previamente registrados que también contienen la partícula “TECNO”. En la medida en que la marca solicitada responde a la misma lógica compositiva de los demás signos ya registrados por nuestro representado, se configura una legítima expectativa de derecho que debe ser respetada por la administración.

Así, no existe razón jurídica ni práctica para denegar el registro de TECNO AI, máxime cuando se inscribe dentro de una estrategia marcaria consolidada y previamente aceptada por la misma autoridad registral.

(...)

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

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

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

Esto es de vital importancia, pues el cotejo marcario entre signos que contienen partículas débiles debe realizarse de forma benevolente.

(...)

La jurisprudencia andina y nacional coinciden en que cuando las marcas comparten una partícula de uso generalizado en el mercado, dicho elemento común pierde capacidad diferenciadora por sí solo. En el sector de productos y servicios relacionados con tecnología, informática, electrónica y afines, la palabra “TECNO” es ampliamente empleada por numerosos actores.

(...)

Quien escoge una marca que incluye una voz de tan común referencia en el rubro (como lo hizo la opositora con TEKNO) debe ser consciente de que su signo tiene una fuerza distintiva limitada, y por ende, la ley solo le brinda una tutela jurídica restringida en cuanto a impedir que otros utilicen expresiones similares mientras estas incorporen elementos adicionales que las individualicen.

(...)

En efecto, dentro del espectro de la fuerza distintiva de las marcas, aquellas “evocativas” o “débiles” son las que menos fuerza de exclusión tienen. En aplicación de este principio, la coincidencia entre TEKNO y TECNO AI en la partícula “TECNO” debe ser considerada circunstancial y no determinante de confundibilidad.

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

La atención, entonces, se centra en los elementos diferenciales de cada marca (p. ej. la palabra “AI” y la estructura compuesta de TECNO AI), los cuales –como se detallará a continuación– brindan suficiente distintividad al signo de mi representada.

Esto concuerda con el enfoque llamado de “cotejo benevolente” para marcas con elementos débiles: las semejanzas en componentes genéricos no inducen a error, puesto que el público sabe que esos componentes pueden aparecer en distintas marcas concurrentes.

En consecuencia, no existe riesgo de confusión a nivel del consumidor medio, ni siquiera en un escenario de productos relacionados o competidores, ya que dicho consumidor diferenciará las marcas por sus rasgos particulares más que por el término común.

Por otro lado, tampoco se configura riesgo de asociación indirecta. Dado que “TECNO” es un indicativo genérico, el consumidor no presumirá que dos marcas diferentes que lo contengan provienen necesariamente de la misma empresa o de empresas vinculadas, sobre todo cuando el acompañamiento marcario (“AI” en un caso, ausencia de éste en el otro) genera una impresión comercial completamente distinta.

No hay elementos sugerentes de que TECNO AI sea una extensión, línea de producto o variación de TEKNO; por el contrario, la adición de “AI” le imprime una personalidad propia que no sugiere conexión empresarial con la marca opositora.

4.1.1. DIFERENCIAS EN EL ASPECTO VISUAL Y ORTOGRAFICO

(Cotejo marcario benevolente con aplicación de los criterios del TJCA)

(...)

Así, los titulares de marcas evocativas deben ser conscientes que están registrando signos cuya fuerza distintiva es débil y que por ende su tutela jurídica es limitada, pues se podrán registrar signos similares siempre que estos tengan una configuración particular y distintiva en conjunto.

En el plano gráfico y ortográfico, los signos en conflicto presentan diferencias evidentes:

(...)

La diferencia en la letra central (“K” en TEKNO vs. “C” en TECNO) modifica la estructura visual del signo. Además, la incorporación de “AI” en TECNO AI aporta un elemento diferenciador claramente identificable por el consumidor promedio.

(...)

En conclusión sobre el aspecto ortográfico-visual, los signos comparados difieren de manera ostensible en su extensión, estructura y composición literal, más allá de compartir parcialmente una raíz común.

La coincidencia en “TECNO/TEKNO” se diluye visualmente debido a la distinta grafía (“C” vs “K”) y, principalmente, a la incorporación de la palabra “AI” en la marca solicitada.

Estos cambios estructurales generan un impacto visual global diferente, permitiendo que cada marca conserve una identidad propia a primera vista y evitando que el público las confunda en el entorno comercial.

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

(III) DIFERENCIAS EN EL ASPECTO FONÉTICO

Bajo el análisis auditivo, las marcas en cuestión presentan también notorias divergencias sonoras que impiden su confundibilidad al ser pronunciadas o escuchadas:

(...)

En consideración de todos estos elementos, formulamos la conclusión fonética de que la coincidencia parcial en el sonido “tecno” no es suficiente para causar confusión auditiva, pues el añadido de la palabra “AI” en la marca solicitada introduce una sonoridad adicional y un patrón de entonación distinto fácilmente percibido por el público.

Un consumidor que escuche TECNO AI difícilmente asociará ese nombre con TEKNO, ya que el oído capta la palabra extra y el efecto sonoro diferente.

Por tanto, cada signo posee una “música” verbal propia, garantizando que en la comunicación oral del producto o servicio no se inducirá a error sobre su origen.

En otras palabras, de las diferencias mencionadas se deriva para cada uno de los signos una “unidad fonética” propia y diferenciable.

(...)

(IV) DIFERENCIAS EN EL ASPECTO CONCEPTUAL

El último aspecto del cotejo, referido al significado o idea sugerida por los signos, confirma también que TEKNO y TECNO AI evocan conceptos distintos en la mente del consumidor:

(...)

En síntesis, conceptualmente no existe coincidencia sustancial entre los signos conceptualmente hablando: TEKNO apunta únicamente al universo de la tecnología en términos generales, mientras que TECNO AI, además de incluir esa noción tecnológica, le suma un elemento semántico adicional (“AI”) que cambia por completo la referencia ideológica del conjunto.

Esta diferencia de significado contribuye de manera crucial a evitar confusión indirecta o asociación indebida.

El público consumidor, al encontrarse con la marca TECNO AI, recibirá un mensaje marcario distintivo (...) que no lo llevará a pensar en la marca TEKNO, la cual evoca simplemente tecnología en abstracto.

Por ende, difícilmente supondrá que ambos signos identifican un mismo origen empresarial o productos vinculados, ya que la “historia” que cuenta cada marca en la mente del consumidor es distinta.

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

En concordancia, solicitamos respetuosamente a esta Delegatura tener en cuenta que el concepto que tienen las marcas es herramienta primaria de diferenciación, por cuanto el consumidor no puede desligar el significado propio que las expresiones tienen y por esa razón tiende a diferenciar las marcas.

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

(...)

Por último, cabe resaltar que es FALSO aquello que afirma el opositor (...) alegando que la SIC “mediante Resolución No. 56294 del 6 de septiembre de 2023, negó el registro de la marca TECNOPOCKET VISION (...) precisamente por encontrarla similar con la marca TEKNO”, pues, contrario a lo que alega el opositor de forma engañosa, dicha marca no fue negada por una causal relativa de confundibilidad sino por una causal absoluta que nada tenía que ver con las marcas opositoras.

En efecto, el precedente citado por el oponente (...) no se basó en la existencia de confundibilidad con la marca TEKNO, como pretende hacer ver el opositor.

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

(...)

Adicionalmente, la propia marca TECNOPOCKET VISION fue finalmente concedida (...) luego de superados los reparos sobre distintividad, lo que confirma que la coexistencia con TEKNO no fue un obstáculo para el registro.

(...)

III. Coexistencia Internacional

Adicionalmente a los argumentos fonéticos, ortográficos, conceptuales, visuales y de mercado ya expuestos, se destaca un elemento probatorio de gran relevancia: las marcas enfrentadas coexisten pacíficamente en múltiples jurisdicciones, sin que ello haya generado objeción alguna por parte de las autoridades marcarias correspondientes ni evidencia de confusión entre los consumidores.

La coexistencia efectiva de las marcas opositoras y la marca TECNO MOBILE de mi representada en distintos registros nacionales constituye un indicio claro y objetivo de que dichas marcas pueden convivir válidamente en el comercio.

*Esta coexistencia no solo refuerza la conclusión de ausencia de confundibilidad entre los signos, sino que constituye un corolario práctico y jurídico de que la percepción del consumidor medio frente a ambas marcas es suficientemente diferenciada.
(...)”*

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 b) del artículo 135 de la Decisión 486

“No podrán registrarse como marcas los signos que:

b) carezcan de distintividad”.

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

Concepto de la norma

La distintividad es el elemento diferenciador por naturaleza de un signo. Es aquella característica que reviste al signo de aptitud para distinguir los productos de uno y otro empresario en el mercado. En palabras del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina de Naciones *“el carácter distintivo de la marca le permite al consumidor realizar la elección de los bienes que desea adquirir, pues el signo marcario le da a la mercadería su individualidad y posibilita que un producto sea reconocido de entre otros similares que se ofertan en el mercado por sus competidores²”*.

Asimismo, el Honorable Tribunal ha expuesto que *“la marca sirve como medio de diferenciación de los productos o servicios para los que se ha registrado, haciendo viable que el consumidor los diferencie e individualice; esto le ayuda a realizar una adecuada e informada elección de los bienes y servicios que desea adquirir, y tal elección depende de ciertas características que se encuentran en productos o servicios identificados con determinadas marcas, lo que motiva a que el consumidor prefiera determinada marca y reitere la elección de los bienes identificados con ella³”*.

El tribunal distingue tanto *“una capacidad distintiva “intrínseca” como una capacidad distintiva “extrínseca”, la primera se refiere a la aptitud individualizadora del signo, mientras que la segunda se refiere a su no confundibilidad con otros signos⁴”*.

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero⁵,

²Proceso 126-IP-2005. Interpretación prejudicial de los artículos 134 y 136, literal a) de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, con fundamento en la consulta formulada por el Consejo de Estado de la República de Colombia, Sala de lo Contencioso Administrativo, Sección Primera. Expediente Interno N° 2002-00339. Actor: BRITISH AMERICAN TOBACCO COMPANY LIMITED. Marca mixta: “MARINE EXTRA SUAVE”.

³Op. Cit.

⁴Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. Proceso 76-IP-2007 Interpretación prejudicial de los artículos 134, 135 literal j), 136 literal a), 201, 203 y 212 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina, conforme a la solicitud presentada por la Segunda Sala del Tribunal Distrital N° 1 de lo Contencioso Administrativo de Quito de la República del Ecuador, e interpretación de oficio de los 135 literal k) y l), 146, 148, 150, 214, 218 y 219 de la misma Decisión. Signo: TEQUILA. Actor: TEQUILA CUERVO S.A. DE C.V. Proceso interno N° 10516 LYM.

⁵•La comparación, debe efectuarse sin descomponer los elementos que conforman el conjunto marcario, es decir, cada signo debe analizarse con una visión de conjunto, teniendo en cuenta su unidad ortográfica, auditiva e ideológica.

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

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada⁶.

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

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

Acervo probatorio

Al expediente fueron presentadas las siguientes pruebas por el opositor:

1. Documentales

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

Al expediente fueron presentadas las siguientes pruebas por el solicitante:

1. Documentales

⁶ 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° SD2025/0039804

- a. Resolución No. 67333 (Exp. SD2020/0038001), Dirección de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio del 23 de octubre de 2020.
- b. Resolución No. 25038 (Exp. SD2024/0005703), Dirección de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio del 30 de abril de 2025.
- c. Resolución No. 7859 (Exp. SD2023/0098033), Dirección de Signos Distintivos de la Superintendencia de Industria y Comercio, del 7 de marzo de 2024.
- d. Resolución No. 2000450 (Trámite SENADI-2022-2575) del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales del Ecuador (SENADI) del 27 de septiembre de 2022.
- e. Resolución No. SENADI-DTOP-2023-0000588-R (Trámite SENADI-2021-40210) del Servicio Nacional de Derechos Intelectuales del Ecuador (SENADI) del 20 de octubre de 2023.

Pruebas rechazadas

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

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

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

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

El signo solicitado a registro es:

Signo solicitado
TECNO AI TECNO AI

El cual pretende identificar los siguientes productos de la Clasificación Internacional de Niza:

9: Teléfonos inteligentes [smartphones]; teléfonos móviles; pilas eléctricas; cargadores de pilas y baterías; cables de datos; ordenadores; ordenadores notebook; tabletas electrónicas; hardware; software grabado; Aparatos de procesamiento de datos; programas informáticos descargables; teclados de ordenador; módems; ratones [periféricos informáticos]; alfombrillas de ratón; Láminas protectoras diseñadas para pantallas de ordenador; fundas para ordenadores portátiles; soportes diseñados para



Ref. Expediente N° SD2025/0039804

ordenadores portátiles; carcasas para tabletas electrónicas; bolsas diseñadas para ordenadores portátiles; estaciones de acoplamiento para teléfonos inteligentes; Auriculares estéreo; cascos auriculares; auriculares; altavoces inalámbricos; altavoces inteligentes; cargadores para teléfonos móviles; adaptadores para redes informáticas; Tableros de conexiones; relojes inteligentes; brazaletes inteligentes; gafas inteligentes; gafas de realidad virtual; rúters de redes informáticas; cámaras de vídeo; interruptores inteligentes; enrutadores inalámbricos; dispositivos de red de área local inalámbrica; Fuentes de alimentación de energía portátiles [baterías recargables]; decodificadores de televisión; televisores; cargadores portátiles; enchufes hembra; interruptores; Enchufes macho; pilas solares; robots humanoides con funciones de comunicación y aprendizaje para asistir y entretener a personas; películas de protección diseñadas para teléfonos inteligentes [smartphones]; estuches para teléfonos inteligentes [smartphones]; paneles solares para producir electricidad; cajas de empalme [electricidad]; cables USB; software informático descargable para la recopilación, el análisis y la organización de datos en el ámbito del aprendizaje profundo; software informático de bot conversacional para simular conversaciones; plataformas de software, grabadas o descargables; equipos de reconocimiento facial; tabloneros de anuncios electrónicos; dispositivos de comunicación por red; robots humanoides con inteligencia artificial para ser utilizados en la investigación científica; chips [circuitos integrados].

Análisis de la causal de irregistrabilidad contenida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486.

Frente a lo relacionado con la distintividad de un signo se puede observar que esta tiene un doble aspecto:

1) **Distintividad intrínseca o en abstracto**, la cual supone que el signo cuyo registro se solicite sea apto para identificar productos o servicios, independientemente de la clase a la que pertenezca este tipo de distintividad se encuentra regulada en el artículo 135 literal a) de la Decisión 486.

2) **Distintividad extrínseca o en concreto**, la cual además de exigir que el signo contenga distintividad intrínseca, requiere que éste sea capaz de diferenciar el producto o servicio de otros de la misma clase, y se encuentra recogida en el artículo 135 literal b) de la normativa en mención.

Por lo tanto, en este caso se debe analizar en primer lugar si el signo solicitado **TECNO AI** (Mixto) tiene aptitud distintiva en abstracto y, de ser así, debe evaluar si posee aptitud distintiva en concreto respecto de los productos que pretende distinguir en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza. Esto dependerá, entre otros factores, de la aleatoriedad o estilización de la letra, de la mayor relevancia de los elementos gráficos del signo, de la existencia de otros signos que utilicen las mismas expresiones como signo distintivo.

Así las cosas, el signo solicitado **TECNO AI** (Mixto) visto por forma separada se compone por una denominación y gráfica de uso común en relación con productos de tecnología de la Clase 30 internacional. Al realizar el análisis siguiendo los parámetros expuestos por la jurisprudencia, esto es en conjunto como una única unidad, esta Dirección considera que la marca pretendida a registro no ostenta la distintividad intrínseca necesaria para distinguir productos de la Clase 9 Internacional.

La Dirección observa que el signo solicitado está conformado por la expresión denominativa "TECNO AI", representada en caracteres tipográficos estándar. Si bien el examen de distintividad debe recaer sobre la impresión de conjunto que genera el signo solicitado lo

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

cierto es que los elementos que conforman el signo carecen de la aptitud necesaria para individualizar un origen empresarial determinado.

La expresión "TECNO" será entendida por el consumidor como una abreviación o referencia directa a la tecnología, mientras que la expresión "AI" corresponde a la abreviatura comúnmente utilizada para identificar la inteligencia artificial (Artificial Intelligence), concepto ampliamente difundido y utilizado en el mercado para describir características, funciones o tecnologías incorporadas en diversos productos y servicios.

En este sentido, la conjunción de las expresiones "TECNO" y "AI" no genera una impresión suficientemente distintiva, sino que transmite al consumidor un mensaje informativo acerca de la naturaleza, temática, tecnología o características de los productos que pretende distinguir, siendo percibido como una referencia a tecnología basada o relacionada con inteligencia artificial.

Frente a la distintividad, como elemento de la esencia de los signos distintivos, la Superintendencia de Industria y Comercio ha manifestado que:

"(...) la distintividad de un marca -además de ser su característica esencial- tiene como objeto otorgarle identidad a un signo para poder ser diferenciado e individualizado frente a otros. Dicha finalidad, tiene como efecto la posibilidad de que el consumidor pueda establecer claramente, dentro del mercado, cuál es la procedencia empresarial de cada uno de los servicios ofrecidos y como ella, la facultad para adquirirlos de acuerdo con la marca que le represente la maximización de su utilidad. Así, aunque las expresiones pretendidas a registro no designen el servicio mismo o sus características, intrínsecamente no podrían vincular al consumidor/usuario con un

*origen empresarial determinado, pues, al coincidir con la denominación que define al signo distintivo como tal, carece de la capacidad de generar una percepción como signo distintivo"*⁷

Bajo tales consideraciones, el signo objeto de análisis no resulta distintivo, toda vez que la unión de las expresiones "TECNO" y "AI", ambas de uso común dentro del sector tecnológico e informático, no crea una impresión suficientemente original o arbitraria que permita al consumidor identificar un origen empresarial concreto. Por el contrario, el público relevante percibirá el conjunto marcario como una indicación descriptiva o evocativa de productos tecnológicos relacionados con inteligencia artificial, y no como un signo apto para cumplir la función esencial de una marca.

Ahora bien, aunque el signo fue solicitado como marca mixta, se observa que la reivindicación figurativa carece de la entidad suficiente para dotar al conjunto de capacidad distintiva. El signo se limita a reproducir la expresión "TECNO AI" mediante una tipografía estándar, carente de elementos gráficos que generen una impresión distintiva autónoma en el consumidor. Por consiguiente, el componente figurativo no aporta elementos adicionales que permitan superar la ausencia de distintividad derivada del contenido denominativo del signo.

En estos términos, el signo carece de la capacidad distintiva exigida por la normativa marcaria para acceder al registro.

Confundibilidad con marca previamente registrada

⁷ COLOMBIA. PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. Superintendencia de Industria y Comercio. Ref. Expediente No. 08-99314. Por medio del cual se resuelve un recurso de apelación. Signo Distintivo: GANAS PORQUE GANAS, Titular: Asociación Gremial de Instituciones Financieras

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

Comentario preliminar

Argumentó la apoderada de la sociedad observante que la oposición de su poderdante debe ser declarada fundada, como quiera que el signo solicitado en registro es susceptible de generar confusión y riesgo de asociación respecto de la marca **TEKNO**; sin embargo, como quedó demostrado anteriormente, el signo solicitado a registro **TECNO AI** (Mixto), solicitado para identificar productos de la clase 9ª Internacional, no es susceptible de ser registrado como marca, comoquiera que esta Dirección encontró que el signo está incurso en la causal establecida en el literal b) del artículo 135 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Teniendo en cuenta lo anterior, es evidente que este Despacho no puede efectuar un estudio de confundibilidad entre una marca, con un signo que es irregistrable per se, al estar incurso en una causal de irregistrabilidad absoluta.

De otra parte, aunque la Dirección no efectúe el estudio de confundibilidad solicitado por el opositor, ello no implica una vulneración de los derechos, ni una desatención a los argumentos, en virtud a que la razón para no efectuar dicho estudio de confundibilidad, radica en que no puede compararse una marca, con un signo que no cumple con los presupuestos de registrabilidad exigidos por la Norma Comunitaria, pues consiste en una expresión carente de distintividad.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud está comprendido en la causal de irregistrabilidad establecida en el artículo 135, literal b), de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

No obstante, al haberse configurado una causal absoluta de irregistrabilidad, resulta innecesario efectuar el análisis de confundibilidad planteado por el opositor con fundamento en el artículo 136 literal a) de la citada Decisión, toda vez que dicho examen presupone la existencia de un signo con aptitud registral, circunstancia que no concurre en el presente caso.

En mérito de lo expuesto esta Dirección,

RESUELVE

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

ARTÍCULO 2: Negar el registro de la Marca **TECNO AI** (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la Clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁸, solicitada por

⁸ 9: Teléfonos inteligentes [smartphones]; teléfonos móviles; pilas eléctricas; cargadores de pilas y baterías; cables de datos; ordenadores; ordenadores notebook; tabletas electrónicas; hardware; software grabado; Aparatos de procesamiento de datos; programas informáticos descargables; teclados de ordenador; módems; ratones [periféricos informáticos]; alfombrillas de ratón; Láminas protectoras diseñadas para pantallas de ordenador; fundas para ordenadores portátiles; soportes diseñados para ordenadores portátiles; carcasas para tabletas electrónicas; bolsas diseñadas para ordenadores portátiles; estaciones de acoplamiento para teléfonos inteligentes; Auriculares estéreo; cascos auriculares; auriculares; altavoces inalámbricos; altavoces inteligentes; cargadores para teléfonos móviles; adaptadores para redes informáticas; Tableros de conexiones; relojes inteligentes; brazaletes inteligentes; gafas inteligentes; gafas de realidad virtual; rúters de redes informáticas; cámaras de vídeo; interruptores inteligentes; enrutadores inalámbricos; dispositivos de red de área local inalámbrica; Fuentes de alimentación de energía portátiles [baterías recargables]; decodificadores de televisión; televisores; cargadores portátiles; enchufes hembra; interruptores; Enchufes macho; pilas solares; robots humanoides con funciones de comunicación y aprendizaje para asistir y entretener a personas; películas de protección diseñadas para teléfonos inteligentes [smartphones]; estuches para teléfonos inteligentes [smartphones]; paneles solares para producir electricidad; cajas de empalme [electricidad]; cables USB; software informático descargable para la recopilación, el análisis y la organización de datos en el ámbito del aprendizaje profundo; software informático de bot conversacional para simular conversaciones; plataformas de

Ref. Expediente N° SD2025/0039804

TECNO TELECOM (HK) LIMITED, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 3: Notificar a **TECNO TELECOM (HK) LIMITED**, solicitante del registro, y a la **CORPORACION EL ROSADO S.A.**, opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 4: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 12 de junio de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

software, grabadas o descargables; equipos de reconocimiento facial; tableros de anuncios electrónicos; dispositivos de comunicación por red; robots humanoides con inteligencia artificial para ser utilizados en la investigación científica; chips [circuitos integrados].