

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 51908

Ref. Expediente N° SD2026/0009384

Por la cual se niega un registro

LA DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 29 de enero de 2026, CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO. LTD., solicitó el registro de la Marca CHANGAN SDA Intelligence (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9, 12 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1096, 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

¹ 9: Programas informáticos grabados para vehículos diseño de vehículos, configuración de vehículos, diagnóstico de vehículos, sistemas de seguridad de vehículos a bordo, control remoto de sistemas de bloqueo de vehículos, seguimiento y rastreo del movimiento y posicionamiento de vehículos, control de vehículos de motor y accesorios electrónicos de vehículos de motor, control de cruce adaptativo en vehículos, sistemas de detección de puntos ciegos para vehículos, sistemas avanzados de asistencia al conductor para vehículos, sistemas de navegación para vehículos; Programas operativos de ordenador, grabados; software informático grabado para conducir, navegar automóviles; programas informáticos descargables para vehículos para diseño de vehículos, configuración de vehículos, diagnóstico de vehículos, sistemas de seguridad de vehículos a bordo, control remoto de sistemas de bloqueo de vehículos, seguimiento y rastreo del movimiento y posicionamiento de vehículos, control de vehículos de motor y accesorios electrónicos de vehículos de motor, control de cruce adaptativo en vehículos, sistemas de detección de puntos ciegos para vehículos, sistemas avanzados de asistencia al conductor para vehículos, sistemas de navegación para vehículos; Aplicaciones de software informático descargables para vehículos para diseño de vehículos, configuración de vehículos, diagnóstico de vehículos, sistemas de seguridad de vehículos a bordo, control remoto de sistemas de bloqueo de vehículos, seguimiento y rastreo del movimiento y posicionamiento de vehículos, control de vehículos de motor y accesorios electrónicos de vehículos de motor, control de cruce adaptativo en vehículos, sistemas de detección de puntos ciegos para vehículos, sistemas avanzados de asistencia al conductor para vehículos, sistemas de navegación para vehículos, a saber, para desarrollo de aplicaciones, alojamiento web y gestión de bases de datos; Monitores [programas informáticos]; Aparatos de navegación para vehículos [ordenadores de a bordo]; los productos antes mencionados solo están relacionados con automóviles.

12: Coches eléctricos; Coches; Carrocerías de automóviles; Motores para coches; Automóviles híbridos; Chasis de automóviles; Coches autónomos; Capós para motores de vehículos; Parachoques para automóviles; Bolsas de aire [dispositivos de seguridad para automóviles]; Coches de hidrógeno; Camiones; Autocaravanas; Coches deportivos; Vehículos anfibios; Ejes de vehículos; Escalones para vehículos; Pastillas de freno para automóviles; Retrovisores; Avisadores eléctricos [alarmas] de marcha atrás para vehículos.

42: Consultoría tecnológica; Realización de estudios de proyectos técnicos; Investigación y desarrollo de nuevos productos para terceros; Evaluación de la calidad del producto; Ensayo de materiales; Diseño industrial; Diseño de software; Desarrollo de software en el marco de la edición de software; Creación y mantenimiento de sitios web para terceros; Provisión de motores de búsqueda para Internet; Servicios de asistencia de tecnologías de la información [localización y solución de problemas de software]; los productos antes mencionados solo están relacionados con automóviles.

Ref. Expediente N° SD2026/0009384

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, 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 las marcas registradas

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° SD2026/0009384

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	SDSA	SOLUCIONES EN ADMINISTRACION DE RIESGOS SSAR SAS	SD2023/0036081	11	9, 36, 38, 42	Marca	Registrada	06 ago. 2034
Mixta	SD XINDA	YOLIN TRADING GROUP S.A.S.	SD2021/0017098	11	12	Marca	Registrada	15 oct. 2031

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
CHANGAN SDA Intelligence	

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



Ref. Expediente N° SD2026/0009384

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”.

Análisis comparativo

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“CHANGAN SDA Intelligence”** se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado **CHANGAN SDA Intelligence** presenta similitudes ortográficas y fonéticas en uno de los elementos nominativos que la integran respecto del elemento nominativo distintivo y característico de la marca previamente registrada **SDSA** toda vez que, reproduce la longitud gramatical en (3) letras de las (4) que la conforman y no obstante que elimina la letra “S”, excluye los elementos figurativos y adiciona las expresiones “CHANGAN” y “Intelligence”, dichos cambios son secundarios y no logran desvirtuar las semejanzas existentes entre los signos enfrentados.

Así mismo, está Dirección evidencia que el signo solicitado **CHANGAN SDA Intelligence** es ortográfica y fonética similar con la marca registrada **SD XINDA**, teniendo en cuenta que transcribe en el conjunto marcario a reivindicar, la totalidad de la secuencia gramatical de uno de los elementos que conforman la marca que sirve de antecedente en relación a la combinación de las letras “SD” en la misma ubicación, sin que la adición de la vocal “A”, así como la supresión de los elementos gráficos y la sustitución del término “XINDA” por las expresiones “CHANGAN” y “Intelligence”, se configuren en derrotero de diferenciación, más aún y si se tiene en cuenta que al ser pronunciados se articulan de forma similar en razón a la disposición de los grafemas utilizados.

Por lo anterior, los consumidores pueden llegar a considerar por error que el signo solicitado es una innovación y/o variación de las marcas registradas, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

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.

⁴ 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

Ref. Expediente N° SD2026/0009384

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 servicios⁵.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 9: Programas informáticos grabados para vehículos diseño de vehículos, configuración de vehículos, diagnóstico de vehículos, sistemas de seguridad de vehículos a bordo, control remoto de sistemas de bloqueo de vehículos, seguimiento y rastreo del movimiento y posicionamiento de vehículos, control de vehículos de motor y accesorios electrónicos de vehículos de motor, control de cruce adaptativo en vehículos, sistemas de detección de puntos ciegos para vehículos, sistemas avanzados de asistencia al conductor para vehículos, sistemas de navegación para vehículos; Programas operativos de ordenador, grabados; software informático grabado para conducir, navegar automóviles; programas informáticos descargables para vehículos para diseño de vehículos, configuración de vehículos, diagnóstico de vehículos, sistemas de seguridad de vehículos a bordo, control remoto de sistemas de bloqueo de vehículos, seguimiento y rastreo del movimiento y posicionamiento de vehículos, control de vehículos de motor y accesorios electrónicos de vehículos de motor, control de cruce adaptativo en vehículos, sistemas de detección de puntos ciegos para vehículos, sistemas avanzados de asistencia al conductor para vehículos, sistemas de navegación para vehículos; Aplicaciones de software informático descargables para vehículos para diseño de vehículos, configuración de vehículos, diagnóstico de vehículos, sistemas de seguridad de vehículos a bordo, control remoto de sistemas de bloqueo de vehículos, seguimiento y rastreo del movimiento y posicionamiento de vehículos, control de vehículos de motor y accesorios electrónicos de vehículos de motor, control de cruce adaptativo en vehículos, sistemas de detección de puntos ciegos para vehículos, sistemas avanzados de asistencia al conductor para vehículos, sistemas de navegación para vehículos; plataformas de software informático grabado o descargable para vehículos, a saber, para desarrollo de aplicaciones, alojamiento web y gestión de bases de datos; Monitores

(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.

⁵ 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° SD2026/0009384

[programas informáticos]; Aparatos de navegación para vehículos [ordenadores de a bordo]; los productos antes mencionados solo están relacionados con automóviles.

Clase 12: Coches eléctricos; Coches; Carrocerías de automóviles; Motores para coches; Automóviles híbridos; Chasis de automóviles; Coches autónomos; Capós para motores de vehículos; Parachoques para automóviles; Bolsas de aire [dispositivos de seguridad para automóviles]; Coches de hidrógeno; Camiones; Autocaravanas; Coches deportivos; Vehículos anfibios; Ejes de vehículos; Escalones para vehículos; Pastillas de freno para automóviles; Retrovisores; Avisadores eléctricos [alarmas] de marcha atrás para vehículos.

Clase 42: Consultoría tecnológica; Realización de estudios de proyectos técnicos; Investigación y desarrollo de nuevos productos para terceros; Evaluación de la calidad del producto; Ensayo de materiales; Diseño industrial; Diseño de software; Desarrollo de software en el marco de la edición de software; Creación y mantenimiento de sitios web para terceros; Provisión de motores de búsqueda para Internet; Servicios de asistencia de tecnologías de la información [localización y solución de problemas de software]; los productos antes mencionados solo están relacionados con automóviles.

Los signos registrados identifican:

Expediente SD2023/0036081, Clase 9: Aparatos de enseñanza; aparatos de procesamiento de datos; aplicaciones informáticas descargables.

Clase 42: Alojamiento de plataformas digitales para la movilidad como servicio.

Expediente SD2021/0017098, Clase 12: Alforjas adaptadas para motocicletas; alforjas especiales para motocicletas; almohadillas antideslizantes para depósitos de motocicletas; amortiguadores para motocicletas; bocinas para motocicletas; brazos oscilantes de motocicletas; cables de freno para motocicletas; cables de mando de embrague para motocicletas; cadenas de motocicleta; cadenas de rodillos para motocicletas; cadenas de transmisión para motocicletas; cintas antideslizantes para manillares de motocicletas; cofres especiales para motocicletas; cofres pour motocicletas; componentes estructurales de motocicletas; cuadros de motocicleta; cubiertas para pedales de motocicletas; cubos de rueda para motocicletas; cubos de ruedas para motocicletas; cubos para ruedas de motocicleta; cámaras de aire para neumáticos de motocicletas; discos de freno para motocicletas; empuñaduras de manillar para motocicletas; empuñaduras de manubrio para motocicletas; empuñaduras para manillares de motocicleta; empuñaduras para manubrios de motocicleta; frenos para motocicletas; fundas de sillín para motocicletas; fundas especiales para motocicletas; fundas para motocicletas [ajustables]; guardabarros para motocicleta; infladores de motocicletas; infladores para neumáticos de motocicletas; llantas de rueda para motocicletas; llantas para ruedas de motocicleta; lonas para motocicletas [adjustables]; manillares de motocicleta; manubrios de motocicleta; mordazas de freno para motocicletas; motores de motocicleta; neumáticos de motocicleta; neumáticos para motocicletas; palancas de cambio para motocicletas; palancas de freno para motocicletas; patas de cabra de motocicletas; pedales de freno [partes de motocicletas]; pedales de freno para motocicletas; pedales de motocicletas; pies de apoyo para motocicletas; pinzas de freno para motocicletas; portaequipajes para motocicletas; reposapiés para motocicletas; respaldos de pasajeros para motocicletas; rines de rueda para motocicletas; rines para ruedas de motocicleta; ruedas de motocicleta; ruedas libres para motocicletas; sidecares para motocicletas; sillines de motocicleta; sillines para bicicletas o motocicletas; sillines para bicicletas, ciclos o motocicletas. Repuestos para motocicletas, bandas de freno, radios tensores de ruedas, pedales de encendido, exostos, tapas, tanques de gasolina

Ref. Expediente N° SD2026/0009384

cuñas de dirección, campanas delanteras, fit buje superior, piñones, sproret cadenas, caja clutch, bielas, árbol de leva, balineras, coca direccional, coca stop, llave gasolina, correas de transmisión, disco de clutch, ejes de cambio, ejes de cranf, ejes de rueda trasera y delantera, espejos, guardabarros delantero y trasero, guayas, neumáticos, llantas, pedales de cranf, palancas de cambio dobles y sencillos, rines, tapas laterales, lujos para motocicletas.

Relación productos Clase 9 Razonabilidad

De la anterior relación de productos, se establece que el signo solicitado pretende amparar productos que no solo pertenecen a la misma clase de los productos distinguidos por la marca registrada **SDSA (Mixta)** para la **Clase 9**, y pese a que los productos pretendidos se encuentran limitados, para identificar entre otros *“Aplicaciones de software informático descargables para vehículos para diseño de vehículos, configuración de vehículos, diagnóstico de vehículos, sistemas de seguridad de vehículos a bordo, control remoto de sistemas de bloqueo de vehículos, seguimiento y rastreo del movimiento y posicionamiento de vehículos, control de vehículos de motor y accesorios electrónicos de vehículos de motor, control de cruce adaptativo en vehículos, sistemas de detección de puntos ciegos para vehículos, sistemas avanzados de asistencia al conductor para vehículos, sistemas de navegación para vehículos”* dichos productos se configuran en la especie de los productos que distingue la marca registrada que protege el género *“aplicaciones informáticas descargables”*, por lo tanto se concluye que comparten una estrecha afinidad, así como la naturaleza y sus finalidades.

De igual forma se establece que los demás productos que pretende amparar el signo solicitado, presentan conexidad con los productos que también identifica la marca fundamento de la negación *“aparatos de procesamiento de datos”*, los cuales y pese a difieren de su finalidad, no puede desconocerse que se trata de productos que comparten tanto el género como su naturaleza, por tratarse de productos tecnológicos, razón por la cual y dada la similitud de los signos, puede ocurrir que los consumidores concluyan razonablemente que, están adquiriendo productos que comparten un mismo origen empresarial, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

Dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Relación productos Clase 12 Razonabilidad

De acuerdo con la anterior relación de productos, y en atención a los factores de conexión competitiva, se observa que el signo solicitado pretende distinguir productos del mismo nomenclátor en el cual se encuentra registrada la marca fundamento de la negación **SD XINDA (Mixta)** para la **Clase 12** que a pesar de encontrarse limitados, comparten la naturaleza y sus finalidades, por tratarse de vehículos que tienen como finalidad la de transportar y teniendo en cuenta la similitud de los signos analizados, en la realidad del mercado los consumidores pueden llegar a considerar como razonable que los productos pretendidos tienen el mismo origen empresarial de la marca registrada.

Así las cosas, esta Dirección considera que las semejanzas existentes entre las mismas son determinantes de confusión indirecta.⁶

⁶ Superintendencia de Industria y Comercio. Delegatura de Propiedad Industrial. Resolución N°02047, 30 de Enero de 2004.

Ref. Expediente N° SD2026/0009384

En efecto, la confundibilidad indirecta⁷ se origina cuando el consumidor o adquirente de los productos y/o servicios distinguidos con una marca, confunde el origen empresarial de los mismos, es decir, los asocia por su procedencia o nacimiento, creyendo erróneamente que cierto producto y/o servicio proviene de una empresa, cuando no es así. Esta afectación a la voluntad del consumidor y/o usuario se produce por varias causas, entre ellas puede observarse el hecho que una marca reproduzca a otra, con elementos adicionales que no le otorgan mayor diferenciación, y por el contrario convencen al consumidor y/o usuario de que está adquiriendo productos y/o servicios de cierta empresa que contienen algunas características diferentes a las del producto original, que buscaba.

Relación servicios Clase 42 Razonabilidad

De igual forma, se evidencia que el signo solicitado pretende amparar servicios de la **Clase 42** los cuales se encuentran comprendidos en el mismo nomenclátor de los servicios que distingue la marca que sirve de antecedente **SDSA (Mixta)** que no obstante no tratarse de los mismos servicios, los mismos comparten la naturaleza y finalidades por tratarse de servicios que corresponden a las áreas de la tecnología e informática.

La diversificación del portafolio de servicios permite a las empresas que se desenvuelven en el sector tecnológico reducir su dependencia de un solo segmento de mercado. Al ofrecer una variedad de servicios relacionados, pueden estabilizar sus ingresos y adaptarse a cambios en la demanda de servicios tecnológicos. En resumen, la realidad del mercado tecnológico indica que las empresas a menudo diversifican sus servicios y productos para adaptarse a las necesidades cambiantes de los clientes, mejorar la eficiencia operativa, generar ingresos adicionales y mantener su competitividad.

Así las cosas, en virtud del principio de razonabilidad, los consumidores dada la similitud de los signos erróneamente entenderán que las marcas analizadas comparten un mismo origen empresarial y/o que son ofrecidos por el mismo titular, teniendo en cuenta que dichas prestaciones pueden llegar a coincidir en los mismos canales de comercialización, medios de difusión y promoción.

Relación productos y servicios Clases 9 y 42 con servicios Clase 42 Razonabilidad

Por último, dada la realidad del mercado ha mostrado que una empresa que presta y ofrece productos y servicios como se hace con la marca que sirve de antecedente **SDSA (Mixta)** para la **Clase 9** “*aplicaciones informáticas descargables*” y la **Clase 42** “*Alojamiento de plataformas digitales para la movilidad como servicio*”, tiende a diversificar su portafolio a otros servicios relacionados, como “*consultoría tecnológica; Diseño de software; Desarrollo de software en el marco de la edición de software; Creación y mantenimiento de sitios web para terceros; Suministro de motores de búsqueda para Internet; Servicios de soporte informático [solución de problemas de software]*”, más aún y si se tiene en cuenta que se trata de productos y servicios que pertenecen a las mismas áreas como son la tecnología y la informática.

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

⁷ Proceso 7-IP-98 de 7 de abril de 1998, marca PALMA FRIT: “El Tribunal pone de relieve que para efectos de comprender aún mejor el alcance de esta prohibición legal comunitaria en el procedimiento de registro de una marca se deben distinguir dos clases de confusión: la directa y la indirecta.

(...)

“Por la segunda, el consumidor cree que el producto o servicio que está adquiriendo o solicitando pertenece a una misma línea de productos o servicios de una empresa o persona distinta de quien realmente los ofrece en el mercado.”

Ref. Expediente N° SD2026/0009384

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 enfrentados⁸”.

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, así como los productos y 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 y servicios en estudio, 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 CHANGAN SDA Intelligence (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO. LTD., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca CHANGAN SDA Intelligence (Nominativa) para distinguir productos comprendidos en la clase 12 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO. LTD., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Negar el registro de la Marca CHANGAN SDA Intelligence (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO. LTD., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO CUARTO: Notificar de esta resolución a CHONGQING CHANGAN AUTOMOBILE CO. LTD., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

⁸ En términos del Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina la interdependencia se configura en los siguientes supuestos “(...) 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”. COMUNIDAD ANDINA DE NACIONES. Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. STJCE, de 22 de junio de 1999. Caso Lloyd (BERCOVITZ, Alberto: “Apuntes de Derecho Mercantil”, Editorial Aranzadi S.A., Navarra - España, 2003, p. 475). (Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina. 2004. Interpretación Prejudicial 135-IP2004).

Resolución N° 51908

Ref. Expediente N° SD2026/0009384

ARTÍCULO QUINTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 8 de julio de 2026



MARIA DEL PILAR SERNA ROMERO
DIRECTORA DE SIGNOS DISTINTIVOS (E)