



Superintendencia de
Industria y Comercio

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 70178

Ref. Expediente N° SD2025/0012585

Por la cual se niega un registro

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

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 27 de marzo de 2025, NUAGE LAB GROUP S.A.S, solicitó el registro de la Marca NUAGE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1063, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

¹ 3: Aceite de almendras para uso cosmético; aceite de árbol de té; aceite de coco para uso cosmético; aceite de jazmín; aceite de lavanda; aceite de lavanda para uso cosmético; aceite de neem para uso cosmético; aceite de ricino para uso cosmético; aceite de rosas; aceites de limpieza; aceites de perfumería; aceites de tocador; aceites esenciales; aceites esenciales de cedro; aceites esenciales de cidra; aceites esenciales de limón; aceites esenciales para aromaterapia; aceites para uso cosmético; acondicionadores para el cabello; adhesivos para fijar postizos capilares; adhesivos para pestañas postizas; adhesivos [pegamentos] para uso cosmético; aerosoles refrigerantes para uso cosmético; agua de Colonia; agua de lavanda; agua micelar; aguas de tocador; aguas perfumadas; algodón para uso cosmético; ámbar [productos de perfumería]; apósitos para la reparación de uñas; aromas [aceites esenciales]; astringentes para uso cosmético; bálsamos que no sean para uso médico; basma [tinte para uso cosmético]; bastoncillos de algodón para uso cosmético; bombas de baño; brillos de labios; brillos faciales; brillos faciales y corporales; bronceadores para la piel; cejas postizas; cera depilatoria; cera para el bigote; cera para peinar las cejas; ceras para el cabello; ceras para el cuidado del cabello; ceras para el peinado del cabello; champús; champús acondicionadores; champús anticaspa; champús anticaspa a base de hierbas; champús de pH neutro; champús en barritas sólidas; champús en seco; champús para el cabello; champús para el cabello humano; champús para el cabello y el cuerpo; champús para el cuidado del cuero cabelludo que no sean para uso médico; cintas adhesivas para fijar postizos capilares; cintas de estiramiento facial para uso cosmético; colonias, perfumes y productos cosméticos; colonias para después del afeitado; colorete en lápiz; colorete líquido; coloretes; coloretes en crema; coloretes faciales; coloretes para uso cosmético; correctores de ojos; cosméticos; cosméticos para las cejas; cosméticos para pestañas; crema para aclarar la piel; cremas a base de aceites esenciales para aromaterapia; cremas cosméticas; dentífricos; delineadores de ojos; delineadores de ojos [cosméticos]; delineadores de ojos líquidos; delineadores para los labios; desmaquilladores; desmaquillantes de ojos; desodorantes antitranspirantes; desodorantes antitranspirantes para personas; desodorantes corporales; duchas vaginales para la higiene íntima o en cuanto desodorantes; enjuagues bucales que no sean para uso médico; esmaltes de uñas; esmaltes de uñas de gel; esmaltes de uñas para uso cosmético; esmaltes de uñas y quitaesmaltes; espráis de afeitar; espráis depilatorios; espráis desodorantes para los pies; espráis desodorantes para mujeres; espráis para el cuerpo; espumas de baño; espumas de afeitar; espumas de baño no medicinales; espumas de ducha; espumas de ducha y de baño; espumas depilatorias; estuches para pintalabios; exfoliantes; exfoliantes corporales para uso cosmético; exfoliantes faciales y corporales no medicinales; exfoliantes iluminadores; exfoliantes para el cuerpo; exfoliantes para el cuerpo de uso cosmético; exfoliantes para labios; exfoliantes para la cara; exfoliantes para la piel; exfoliantes para las manos; exfoliantes para los pies; exfoliantes para uso cosmético; extensiones de pestañas; extractos de flores [productos de perfumería]; extractos de perfumes; extractos de plantas para uso cosmético; fijadores para el cabello; fragancias; fragancias corporales; geles blanqueadores para uso dental; geles de masaje que no sean para uso médico; henna [tinte cosmético]; hidratantes para la cara; hidratantes para la cara [cosméticos]; hidratantes para la cara para uso cosmético; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; incienso; jabón de afeitar; jabones; jabones antitranspirantes para los pies; jabones desodorantes; lacas para el cabello; lacas y geles fijadores para el cabello; lápices de cejas; lápices blanqueadores de dientes; lápices de labios [pintalabios]; lápices para uso cosmético; leches limpiadoras de tocador; leches limpiadoras para el cuidado de la piel; lociones capilares; lociones capilares cosméticas; lociones capilares no medicinales; lociones para después del afeitado; lociones para uso cosmético; lociones perfumadas para el cuerpo; maquillaje; maquillaje [cosméticos]; maquillaje para el cuerpo; maquillaje para la cara; maquillaje para la cara y el cuerpo; maquillaje para la piel; maquillaje para los ojos; maquillaje para polveras; maquillajes de base en crema; maquillajes faciales; máscara de pestañas; máscara para pestañas largas; máscaras cosméticas de barro; mascarillas de belleza; mascarillas de hoja para uso cosmético; mascarillas desechables calentadas con vapor, que no sean para uso médico; paletas de maquillaje que contienen cosméticos; neceseres de cosmética que comprenden principalmente máscara de pestañas, lápices de labios, lápices de cejas, maquillaje, fundación de maquillaje y brillos de labios; parches de gel para los ojos de uso cosmético; pasta de azúcar depilatoria; pastas de dientes; pastillas de jabón; pegatinas decorativas para uñas; perfumes; pestañas postizas; pintura corporal para uso cosmético; polvos de maquillaje; pomadas para uso cosmético; popurrís aromáticos; preparaciones con filtro solar; preparaciones cosméticas adelgazantes; preparaciones cosméticas para el baño; preparaciones cosméticas para el bronceado de la piel; preparaciones cosméticas metálicas para el cuidado de la piel; preparaciones de aloe vera para uso cosmético; preparaciones de colágeno para uso cosmético; preparaciones de higiene íntima para uso sanitario o utilizadas como desodorantes; preparaciones de higiene personal para refrescar el aliento; preparaciones de tocador; preparaciones fito-cosméticas; preparaciones limpiadoras no medicinales para la higiene íntima; preparaciones para alisar el cabello; preparaciones para baños oculares que no sean para uso médico; preparaciones para el baño que no sean para uso médico; preparaciones para ondular el cabello; productos antitranspirantes [artículos de tocador]; productos cosméticos para niños; productos de afeitar; productos de maquillaje; productos de perfumería; productos depilatorios; productos hidratantes para la piel de uso cosmético; productos en aerosol para refrescar el aliento; productos para el cuidado de las uñas; productos para perfumar el ambiente; purpurina corporal; purpurina para las uñas; quitaesmaltes; sales de baño que no sean para uso médico; sueros para uso cosmético; talco de tocador; té de baño para uso cosmético; tintes para el cabello; tintes para la barba; tiras para refrescar el aliento; tiras blanqueadoras dentales; toallitas impregnadas de lociones cosméticas; toallitas impregnadas de preparaciones desmaquillantes; tónicos para uso cosmético; uñas postizas; velas de masaje para uso cosmético; varillas de incienso.



Ref. Expediente N° SD2025/0012585

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 irregistrabilidad 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 irregistrabilidad en estudio

Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486

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

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

Concepto de la norma

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

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

Ref. Expediente N° SD2025/0012585

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 marca previamente registrada

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
Nominativa	NUAGÉ	Swirl Consumer Products Ltd (también comercia como FMCG)	14164496	10	3	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
 NUAGE	

Jurisprudencia

En el estudio comparativo entre signos distintivos, particularmente cuando se confrontan marcas mixtas frente a marcas denominativas, la jurisprudencia administrativa y la doctrina especializada han reconocido que es indispensable determinar cuál es el elemento dominante del signo mixto —ya sea su componente gráfico o su componente denominativo—, para así establecer si existe riesgo de confusión o de asociación en el público consumidor.

La regla general aplicable indica que, en los signos mixtos, el elemento denominativo suele ser el predominante, dado que el comportamiento del consumidor en el mercado suele orientarse por la referencia verbal de las marcas, en tanto las palabras tienen una mayor recordación y son el medio usual de solicitud o recomendación de los productos o

(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° SD2025/0012585

servicios. En este sentido, la Superintendencia de Industria y Comercio ha sostenido reiteradamente que:

“El consumidor medio suele referirse a los signos en forma verbal, lo que hace que el componente denominativo tenga usualmente un mayor impacto y relevancia al momento de evaluar la posibilidad de confusión.”

No obstante, dicha regla no es absoluta, ya que puede verse desplazada cuando el componente gráfico adquiere un papel central dentro del conjunto marcario, ya sea por su tamaño, color, diseño, ubicación o por haber adquirido un alto grado de distintividad o notoriedad. En esta línea, la doctrina del profesor Carlos Fernández-Nóvoa establece lo siguiente:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo (...). Estos factores se dividen en dos grupos: i) los que afectan negativamente el componente denominativo, tales como su carácter descriptivo o su escasa distintividad; y ii) los que fortalecen positivamente el componente gráfico, como su originalidad, particularidad o reconocimiento previo en el mercado.”
(Tratado de Derecho de Marcas, Fernández-Nóvoa, Carlos)

De esta manera, el análisis debe centrarse en la impresión general del signo mixto, sin fraccionarlo, pero concediendo mayor peso a aquel elemento que predomine perceptivamente en la mente del consumidor. Este examen debe hacerse caso por caso, atendiendo a la estructura, presentación y distintividad de los componentes gráficos y verbales del signo.

En consecuencia, al efectuar el cotejo entre una marca mixta y otra denominativa, la evaluación debe considerar:

- La similitud fonética y ortográfica del elemento denominativo frente al signo comparado.
- El grado de distintividad o descriptividad del término contenido en la marca mixta.
- El impacto visual y particularidad del componente gráfico.
- Y, especialmente, la percepción global del consumidor medio, considerando la naturaleza de los productos o servicios.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos **NUAGE** y **NUAGÉ** resultan similarmente confundibles. En el plano fonético, ambos se pronuncian sustancialmente igual para el consumidor hispanohablante medio: la presencia del acento agudo en la última vocal de NUAGÉ no introduce un cambio relevante en la cadena sonora dominante /nuáge/, de modo que se produce práctica homofonía.

Desde el aspecto ortográfico/visual, los signos son casi idénticos: comparten íntegramente la secuencia de letras N-U-A-G-E y difieren únicamente en el diacrítico sobre la letra final del antecedente (É). Tal variación mínima no altera la impresión de conjunto, menos aun tratándose de palabras cortas donde el público retiene la forma global del vocablo.

En el plano conceptual, ambos signos evocan el mismo significado (voz francesa asociada a “nube”), por lo que el consumidor no cuenta con anclajes semánticos diferenciadores. Aun si alguno de los signos se presentara en forma mixta, en ausencia de grafismos

Ref. Expediente N° SD2025/0012585

extraordinarios, prevalece el elemento denominativo en la percepción del público. Concurren, así, altas semejanzas fonéticas, ortográficas y conceptuales que satisfacen el primer presupuesto del análisis: susceptibilidad de generar confusión o asociación.

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

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

3: Aceite de almendras para uso cosmético; aceite de árbol de té; aceite de coco para uso cosmético; aceite de jazmín; aceite de lavanda; aceite de lavanda para uso cosmético; aceite de neem para uso cosmético; aceite de ricino para uso cosmético; aceite de rosas; aceites de limpieza; aceites de perfumería; aceites de tocador; aceites esenciales; aceites esenciales de cedro; aceites esenciales de cidra; aceites esenciales de limón; aceites esenciales para aromaterapia; aceites para uso cosmético; acondicionadores para el cabello; adhesivos para fijar postizos capilares; adhesivos para pestañas postizas; adhesivos [pegamentos] para uso cosmético; aerosoles refrigerantes para uso cosmético; agua de Colonia; agua de lavanda; agua micelar; aguas de tocador; aguas perfumadas; algodón para uso cosmético; ámbar [productos de perfumería]; apósitos para la reparación de uñas; aromas [aceites esenciales]; astringentes para uso cosmético; bálsamos que no sean para uso médico; basma [tinte para uso cosmético]; bastoncillos de algodón para uso cosmético; bombas de baño; brillos de labios; brillos faciales; brillos faciales y corporales; bronceadores para la piel; cejas postizas; cera depilatoria; cera para el bigote; cera para peinar las cejas; ceras para el cabello; ceras para el cuidado del cabello; ceras para el peinado del cabello; champús; champús acondicionadores; champús anticaspa; champús anticaspa a base de hierbas; champús de pH neutro; champús en barritas sólidas; champús en seco; champús para el cabello; champús para el cabello humano; champús para el cabello y el cuerpo; champús para el cuidado del cuero cabelludo que no sean para uso médico; cintas adhesivas para fijar postizos capilares; cintas de estiramiento facial para uso cosmético; colonias, perfumes y productos cosméticos; colonias para después del afeitado; colorete en lápiz; colorete líquido; coloretes; coloretes en crema; coloretes faciales; coloretes para uso cosmético; correctores de ojos; cosméticos; cosméticos para las cejas; cosméticos para pestañas;

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 (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° SD2025/0012585

crema para aclarar la piel; cremas a base de aceites esenciales para aromaterapia; cremas cosméticas; dentífricos; delineadores de ojos; delineadores de ojos [cosméticos]; delineadores de ojos líquidos; delineadores para los labios; desmaquilladores; desmaquillantes de ojos; desodorantes antitranspirantes; desodorantes antitranspirantes para personas; desodorantes corporales; duchas vaginales para la higiene íntima o en cuanto desodorantes; enjuagues bucales que no sean para uso médico; esmaltes de uñas; esmaltes de uñas de gel; esmaltes de uñas para uso cosmético; esmaltes de uñas y quitaesmaltes; espráis de afeitar; espráis depilatorios; espráis desodorantes para los pies; espráis desodorantes para mujeres; espráis para el cuerpo; espumas de baño; espumas de afeitar; espumas de baño no medicinales; espumas de ducha; espumas de ducha y de baño; espumas depilatorias; estuches para pintalabios; exfoliantes; exfoliantes corporales para uso cosmético; exfoliantes faciales y corporales no medicinales; exfoliantes iluminadores; exfoliantes para el cuerpo; exfoliantes para el cuerpo de uso cosmético; exfoliantes para labios; exfoliantes para la cara; exfoliantes para la piel; exfoliantes para las manos; exfoliantes para los pies; exfoliantes para uso cosmético; extensiones de pestañas; extractos de flores [productos de perfumería]; extractos de perfumes; extractos de plantas para uso cosmético; fijadores para el cabello; fragancias; fragancias corporales; geles blanqueadores para uso dental; geles de masaje que no sean para uso médico; henna [tinte cosmético]; hidratantes para la cara; hidratantes para la cara [cosméticos]; hidratantes para la cara para uso cosmético; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; incienso; jabón de afeitar; jabones; jabones antitranspirantes para los pies; jabones desodorantes; lacas para el cabello; lacas y geles fijadores para el cabello; lápices de cejas; lápices blanqueadores de dientes; lápices de labios [pintalabios]; lápices para uso cosmético; leches limpiadoras de tocador; leches limpiadoras para el cuidado de la piel; lociones capilares; lociones capilares cosméticas; lociones capilares no medicinales; lociones para después del afeitado; lociones para uso cosmético; lociones perfumadas para el cuerpo; maquillaje; maquillaje [cosméticos]; maquillaje para el cuerpo; maquillaje para la cara; maquillaje para la cara y el cuerpo; maquillaje para la piel; maquillaje para los ojos; maquillaje para polveras; maquillajes de base en crema; maquillajes faciales; máscara de pestañas; máscara para pestañas largas; máscaras cosméticas de barro; mascarillas de belleza; mascarillas de hoja para uso cosmético; mascarillas desechables calentadas con vapor, que no sean para uso médico; paletas de maquillaje que contienen cosméticos; neceseres de cosmética que comprenden principalmente máscara de pestañas, lápices de labios, lápices de cejas, maquillaje, fundación de maquillaje y brillos de labios; parches de gel para los ojos de uso cosmético; pasta de azúcar depilatoria; pastas de dientes; pastillas de jabón; pegatinas decorativas para uñas; perfumes; pestañas postizas; pintura corporal para uso cosmético; polvos de maquillaje; pomadas para uso cosmético; popurrís aromáticos; preparaciones con filtro solar; preparaciones cosméticas adelgazantes; preparaciones cosméticas para el baño; preparaciones cosméticas para el bronceado de la piel; preparaciones cosméticas para el cuidado de la piel; preparaciones de aloe vera para uso cosmético; preparaciones de colágeno para uso cosmético; preparaciones de higiene íntima para uso sanitario o utilizadas como desodorantes; preparaciones de higiene personal para refrescar el aliento; preparaciones de tocador; preparaciones fito-cosméticas; preparaciones limpiadoras no medicinales para la higiene íntima; preparaciones para alisar el cabello; preparaciones para baños oculares que no sean para uso médico; preparaciones para el baño que no sean para uso médico; preparaciones para ondular el cabello; productos antitranspirantes [artículos de tocador]; productos cosméticos para niños; productos de afeitar; productos de maquillaje; productos de perfumería; productos depilatorios; productos hidratantes para la piel de uso cosmético; productos en aerosol para refrescar el aliento; productos para el cuidado de las uñas; productos para perfumar el ambiente; purpurina corporal; purpurina para las uñas; quitaesmaltes; sales de baño que no sean para uso médico; sueros para uso cosmético; talco de tocador; té de baño para uso cosmético; tintes para el cabello; tintes para la barba; tiras para refrescar el aliento; tiras

Ref. Expediente N° SD2025/0012585

blanqueadoras dentales; toallitas impregnadas de lociones cosméticas; toallitas impregnadas de preparaciones desmaquillantes; tónicos para uso cosmético; uñas postizas; velas de masaje para uso cosmético; varillas de incienso.

El signo previamente registrado o solicitado identifica:

Expediente	Producto y/o servicios
------------	------------------------

14164496	(3): Jabones; perfumería; aceites esenciales; cosméticos; lociones para el cabello; productos para el cuidado de la piel; productos para el cuidado del cabello; productos para protección solar; limpiadores para la piel; tonificares; hidratantes; limpiadores y/o baños faciales; exfoliantes faciales; cremas para manos y uñas; lociones para el cuerpo; productos para el baño del cuerpo; champú; laca para el cabello; espumas para el cabello; gel para el cabello, tonificador para el cuidado de la piel; lociones para el cuidado solar; composiciones para el cuidado después del sol.
----------	--

Existe conexión competitiva directa por identidad de clase y solapamiento sustancial de coberturas: ambas marcas abarcan las mismas categorías de bienes de cuidado personal, con idéntica naturaleza y finalidad (*aseo, higiene, embellecimiento y tratamiento cosmético*), se distribuyen por los mismos canales (*supermercados, droguerías/farmacias, perfumerías especializadas, tiendas por departamentos, e-commerce y marketplaces*), se dirigen a la misma clientela y compiten en los mismos puntos de venta con coexposición en góndola. Desde el criterio de razonabilidad, es esperable que un mismo origen empresarial utilice un único distintivo para articular líneas completas de piel, cabello, baño y solares; en tal contexto, la casi identidad denominativa **NUAGE/NUAGÉ** refuerza la expectativa de unidad de origen y eleva el riesgo de asociación.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos que están allí principalmente por criterios de abstracta finalidad, más que de la comunidad de otros factores que lleven a endilgar un mismo origen empresarial. No obstante, no hay duda de la relación entre los signos confrontados toda vez que se trata del mismo tipo de elementos en relación género – especie, ubicados en la misma clase del nomeclador internacional.

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 NUAGE (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 3 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada

⁵ 3: Aceite de almendras para uso cosmético; aceite de árbol de té; aceite de coco para uso cosmético; aceite de jazmín; aceite de lavanda; aceite de lavanda para uso cosmético; aceite de neem para uso cosmético; aceite de ricino para uso cosmético; aceite de

Ref. Expediente N° SD2025/0012585

por NUAGE LAB GROUP S.A.S, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a NUAGE LAB GROUP S.A.S, 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.

ARTÍCULO TERCERO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 12 de septiembre de 2025

rosas; aceites de limpieza; aceites de perfumería; aceites de tocador; aceites esenciales; aceites esenciales de cedro; aceites esenciales de cidra; aceites esenciales de limón; aceites esenciales para aromaterapia; aceites para uso cosmético; acondicionadores para el cabello; adhesivos para fijar postizos capilares; adhesivos para pestañas postizas; adhesivos [pegamentos] para uso cosmético; aerosoles refrigerantes para uso cosmético; agua de Colonia; agua de lavanda; agua micelar; aguas de tocador; aguas perfumadas; algodón para uso cosmético; ámbar [productos de perfumería]; apósitos para la reparación de uñas; aromas [aceites esenciales]; astringentes para uso cosmético; bálsamos que no sean para uso médico; basma [tinte para uso cosmético]; bastoncillos de algodón para uso cosmético; bombas de baño; brillos de labios; brillos faciales; brillos faciales y corporales; bronceadores para la piel; cejas postizas; cera depilatoria; cera para el bigote; cera para peinar las cejas; ceras para el cabello; ceras para el cuidado del cabello; ceras para el peinado del cabello; champús; champús acondicionadores; champús anticaspa; champús anticaspa a base de hierbas; champús de pH neutro; champús en barritas sólidas; champús en seco; champús para el cabello; champús para el cabello humano; champús para el cabello y el cuerpo; champús para el cuidado del cuero cabelludo que no sean para uso médico; cintas adhesivas para fijar postizos capilares; cintas de estiramiento facial para uso cosmético; colonias, perfumes y productos cosméticos; colonias para después del afeitado; colorete en lápiz; colorete líquido; coloretes; coloretes en crema; coloretes faciales; coloretes para uso cosmético; correctores de ojos; cosméticos; cosméticos para las cejas; cosméticos para pestañas; crema para aclarar la piel; cremas a base de aceites esenciales para aromaterapia; cremas cosméticas; dentífricos; delineadores de ojos; delineadores de ojos [cosméticos]; delineadores de ojos líquidos; delineadores para los labios; desmaquilladores; desmaquillantes de ojos; desodorantes antitranspirantes; desodorantes antitranspirantes para personas; desodorantes corporales; duchas vaginales para la higiene íntima o en cuanto desodorantes; enjuagues bucales que no sean para uso médico; esmaltes de uñas; esmaltes de uñas de gel; esmaltes de uñas para uso cosmético; esmaltes de uñas y quitaesmaltes; espráis de afeitár; espráis depilatorios; espráis desodorantes para los pies; espráis desodorantes para mujeres; espráis para el cuerpo; espumas de baño; espumas de afeitár; espumas de baño no medicinales; espumas de ducha; espumas de ducha y de baño; espumas depilatorias; estuches para pintalabios; exfoliantes; exfoliantes corporales para uso cosmético; exfoliantes faciales y corporales no medicinales; exfoliantes iluminadores; exfoliantes para el cuerpo; exfoliantes para el cuerpo de uso cosmético; exfoliantes para labios; exfoliantes para la cara; exfoliantes para la piel; exfoliantes para las manos; exfoliantes para los pies; exfoliantes para uso cosmético; extensiones de pestañas; extractos de flores [productos de perfumería]; extractos de perfumes; extractos de plantas para uso cosmético; fijadores para el cabello; fragancias; fragancias corporales; geles blanqueadores para uso dental; geles de masaje que no sean para uso médico; henna [tinte cosmético]; hidratantes para la cara; hidratantes para la cara [cosméticos]; hidratantes para la cara para uso cosmético; hidratantes para la piel utilizados como cosméticos; incienso; jabón de afeitár; jabones; jabones antitranspirantes para los pies; jabones desodorantes; lacas para el cabello; lacas y geles fijadores para el cabello; lápices de cejas; lápices blanqueadores de dientes; lápices de labios [pintalabios]; lápices para uso cosmético; leches limpiadoras de tocador; leches limpiadoras para el cuidado de la piel; lociones capilares; lociones capilares cosméticas; lociones capilares no medicinales; lociones para después del afeitado; lociones para uso cosmético; lociones perfumadas para el cuerpo; maquillaje; maquillaje [cosméticos]; maquillaje para el cuerpo; maquillaje para la cara; maquillaje para la cara y el cuerpo; maquillaje para la piel; maquillaje para los ojos; maquillaje para polveras; maquillajes de base en crema; maquillajes faciales; máscara de pestañas; máscara para pestañas largas; máscaras cosméticas de barro; mascarillas de belleza; mascarillas de hoja para uso cosmético; mascarillas desechables calentadas con vapor, que no sean para uso médico; paletas de maquillaje que contienen cosméticos; neceseres de cosmética que comprenden principalmente máscara de pestañas, lápices de labios, lápices de cejas, maquillaje, fundación de maquillaje y brillos de labios; parches de gel para los ojos de uso cosmético; pasta de azúcar depilatoria; pastas de dientes; pastillas de jabón; pegatinas decorativas para uñas; perfumes; pestañas postizas; pintura corporal para uso cosmético; polvos de maquillaje; pomadas para uso cosmético; popurrís aromáticos; preparaciones con filtro solar; preparaciones cosméticas adelgazantes; preparaciones cosméticas para el baño; preparaciones cosméticas para el bronceado de la piel; preparaciones cosméticas metálicas para el cuidado de la piel; preparaciones de aloe vera para uso cosmético; preparaciones de colágeno para uso cosmético; preparaciones de higiene íntima para uso sanitario o utilizadas como desodorantes; preparaciones de higiene personal para refrescar el aliento; preparaciones de tocador; preparaciones fito-cosméticas; preparaciones limpiadoras no medicinales para la higiene íntima; preparaciones para alisar el cabello; preparaciones para baños oculares que no sean para uso médico; preparaciones para el baño que no sean para uso médico; preparaciones para ondular el cabello; productos antitranspirantes [artículos de tocador]; productos cosméticos para niños; productos de afeitár; productos de maquillaje; productos de perfumería; productos depilatorios; productos hidratantes para la piel de uso cosmético; productos en aerosol para refrescar el aliento; productos para el cuidado de las uñas; productos para perfumar el ambiente; purpurina corporal; purpurina para las uñas; quitaesmaltes; sales de baño que no sean para uso médico; sueros para uso cosmético; talco de tocador; té de baño para uso cosmético; tintes para el cabello; tintes para la barba; tiras para refrescar el aliento; tiras blanqueadoras dentales; toallitas impregnadas de lociones cosméticas; toallitas impregnadas de preparaciones desmaquillantes; tónicos para uso cosmético; uñas postizas; velas de masaje para uso cosmético; varillas de incienso.

Ref. Expediente N° SD2025/0012585



**DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**