

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 89788

Ref. Expediente N° SD2025/0035332

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

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

**CONSIDERANDO**

**PRIMERO:** Que por escrito presentado el día 16 de abril de 2025, **OGA - MOVIMIENTO CONSCIENTE Y BIENESTAR S.A.S.** solicitó el registro de la Marca OGA (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 41 y 44 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1071, no se presentaron oposiciones por parte de terceros.

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

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

**Causales de irreregistrabilidad en estudio**

**Literal a) del artículo 136 de la Decisión 486**

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

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

**Concepto de la norma**

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que

<sup>1</sup> **41:** Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales. Clases de Yoga, pilates, eventos de bienestar.

**44:** Servicios médicos; servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura. Fisioterapia, masajes, crioterapia,, psicología; ejercicios terapéuticos [Servicios terapéuticos].

Ref. Expediente N° SD2025/0035332

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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     | Vigencia   |
|-------|-------------------------------------|------------------------------------------|----------------|------|-------|---------|------------|------------|
| Mixta | ÖGA<br>Óptica,<br>tienda,<br>estilo | ÖGA OPTICA,<br>TIENDA Y<br>ESTILO S.A.S. | SD2018/0039302 | 11   | 9     | Marca   | Registrada | 11/02/2029 |

Los signos a comparar son los siguientes:

<sup>2</sup> •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. (...)."

<sup>3</sup> 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° SD2025/0035332

| El signo solicitado                                                               | La marca registrada                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

Jurisprudencia

En lo que comprende con la comparación entre marcas mixtas el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, en el Proceso: 0170-IP-2013, ha señalado que:

*“En la comparación entre marcas mixtas, el elemento predominante en el conjunto marcario será el denominativo, como norma general; aunque en algunos casos pueda ser más importante el elemento gráfico; en todo caso, en la comparación entre los signos mixtos deberá examinarse todo el conjunto, tanto el elemento gráfico como el elemento denominativo, vista su relevancia para que el público consumidor identifique la marca y distinga el producto. Si al realizar la comparación se determina que en la marca mixta predomina el elemento denominativo, 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 lugar a la confusión entre las marcas, pudiendo éstas coexistir pacíficamente en el ámbito comercial”.*

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

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

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles. En efecto, al apreciarlos en conjunto se observa que son ortográfica y fonéticamente similares, comoquiera que el signo solicitado **OGA** reproduce la parte relevante del signo antecedente **ÖGA Óptica, tienda, estilo**, sin que los elementos adicionales resulten suficientes para su plena diferenciación.

Ref. Expediente N° SD2025/0035332

En efecto, ambos signos se pronuncian de manera prácticamente idéntica. La diéresis en la “Ö” no introduce una modificación sustancial en la sonoridad del término dentro del español, lengua en la cual este signo diacrítico no genera una diferencia relevante en la articulación.

Las coincidencias ortográficas y fonéticas detectadas son suficientes para inducir al público consumidor a pensar que los signos OGA y ÖGA Óptica, tienda, estilo provienen del mismo origen empresarial, configurándose un riesgo de confusión.

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 servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

Dentro de los servicios a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

**Clase 44: Servicios médicos;** servicios veterinarios; tratamientos de higiene y de belleza para personas o animales; servicios de agricultura, horticultura y silvicultura. Fisioterapia, masajes, crioterapia, psicología; ejercicios terapéuticos [Servicios terapéuticos].

El signo previamente registrado identifica:

#### Expediente

#### Productos

**SD2018/0039302** (9): Aparatos e instrumentos ópticos; aparatos ópticos de visualización y registro; apertómetros [óptica]; artículos de óptica; artículos de óptica para deportes; artículos de óptica graduados; artículos ópticos protectores; bolsas para gafas; cables ópticos; cadenas para gafas y gafas de sol; cadenas y cordones para gafas de sol; condensadores ópticos; cordones de gafas de sol; cordones para gafas de sol; cristales ópticos para gafas de sol; cristal óptico; desfases ópticos; espejos [óptica]; espejos ópticos; estuches para artículos de óptica; estuches para gafas; estuches para gafas de niños; estuches para gafas de sol; estuches para gafas de sol y gafas de protección; estuches para gafas y gafas de sol; estuches para

<sup>4</sup> 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° SD2025/0035332

lentes de contacto; filtros para dispositivos ópticos; filtros ópticos; gafas 3d; gafas antideslumbrantes; gafas antipolvo; gafas de aumento; gafas de buceo; gafas de buceo autónomo; gafas correctoras; gafas de deporte; gafas para entrenamiento deportivo; gafas graduadas; gafas inteligentes; gafas de lectura; gafas de motociclismo; gafas de natación; gafas para la nieve; gafas para niños; gafas [óptica]; gafas polarizadas; gafas de protección; gafas de protección con cámara; gafas de protección contra el polvo; gafas protectoras; gafas de seguridad; gafas de sol; gafas de soldadura; gafas de ventisca; gafas de visión nocturna; gafas y mascarillas de protección contra el polvo; lectores ópticos; lentes antirreflejo; lentes para aparatos fotográficos; lentes de aproximación; lentes de aumento; lentes de contacto; lentes correctoras [óptica]; lentes para gafas; lentes para gafas de sol; lentes oftálmicas; lentes ópticas; lupas [óptica]; miras con lente óptica; monturas de gafas; monturas de gafas de sol; monturas de gafas y gafas de sol; monturas de gafas y quevedos; monturas metálicas para gafas; monturas de metal y plástico combinados para gafas; monturas de plástico para gafas; niveles de anteojos; objetivos [óptica]; obturadores ópticos; oculares; partes y accesorios de gafas; patillas de gafas; patillas de gafas de sol; perfiladores ópticos; piezas para gafas; plaquetas de artículos de óptica; plaquetas de gafas; plaquetas de gafas de sol; portagafas; primordios para lentes de contacto; prismas [óptica]; protectores laterales para gafas.

En cuanto a la relación entre los servicios que pretende distinguir el signo solicitado, consistentes en servicios médicos, en particular oftalmológicos (clase 44), y los productos y servicios identificados por el signo antecedente, tales como gafas, monturas (clases 9), esta Dirección observa que, bajo el principio de razonabilidad, es común que un mismo empresario ofrezca ambos tipos de prestaciones bajo una misma marca.

Ello obedece a que los servicios oftalmológicos y la comercialización de productos ópticos son complementarios y guardan una estrecha vinculación funcional, pues los servicios de diagnóstico y prescripción visual suelen derivar directamente en la adquisición de lentes o monturas. Desde la perspectiva del consumidor medio, resulta razonable considerar que tales actividades provienen de un mismo origen empresarial, dado que en el mercado es frecuente que un mismo establecimiento por ejemplo, una óptica ofrezca tanto la atención médica especializada como la venta de productos ópticos.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0035332

No obstante lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a la clase 41 deberá ser suspendida hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

*“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.*

*La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)*

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

### RESUELVE

**ARTÍCULO PRIMERO:** Negar el registro de la Marca **OGA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 44 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por **OGA - MOVIMIENTO CONSCIENTE Y BIENESTAR S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar de esta resolución a **OGA - MOVIMIENTO CONSCIENTE Y BIENESTAR 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, decídanse las clases suspendidas.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 31 de octubre de 2025



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**