

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 93807

Ref. Expediente N° SD2025/0007844

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 31 de enero de 2025, Al Batrek Trading Company, solicitó el registro de la Marca Goui (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 37 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1059, 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 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

¹ 9: Baterías externas; bancos de energía; cargadores USB; cargadores inalámbricos; cargadores para teléfonos inteligentes; cargadores de baterías de teléfonos móviles; cargadores; cables eléctricos; cables de carga eléctrica; cables informáticos; auriculares de diadema con micrófono; altavoces portátiles; carcasas para teléfonos inteligentes [smartphones]; cargadores para teléfonos móviles; soportes adaptados para teléfonos móviles y teléfonos inteligentes [smartphones]; cintas para teléfonos móviles; protectores de pantalla para teléfonos móviles; anillos para sujetar teléfonos móviles; cargadores para teléfonos celulares; cargadores para teléfonos celulares.

37: Servicios de recarga de baterías para teléfonos móviles.

Ref. Expediente N° SD2025/0007844

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 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
Nominativa	GOWI	HUAWEI TECHNOLOGIES CO., LTD.	SD2017/0032436	10	9	Marca	Registrada	23 nov. 2026

Los signos a comparar son los siguientes:

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° SD2025/0007844

El signo solicitado	La marca registrada
	GOWI

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 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

Examinados los signos en su conjunto, se observa que en el aspecto ortográfico presentan claras semejanzas, lo que se aprecia en la sucesión de sílabas, la extensión de los signos y las coincidencias en las raíces y las terminaciones. Las marcas **Goui / GOWI** comparten una estructura gráfica casi idéntica, diferenciándose únicamente por la sustitución de la vocal "U" por "W" en la tercera posición, variación mínima que resulta visualmente irrelevante para el consumidor promedio. Ambas denominaciones mantienen la misma longitud de cuatro caracteres, idéntica letra inicial "G" y final "I", así como la misma secuencia consonántica central, generando una impresión visual sustancialmente similar que dificulta su diferenciación en el mercado.

A su vez, esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles, dado que desde el punto de vista fonético al ser pronunciados generan un impacto sonoro similar, en razón a la disposición de los fonemas utilizados. La pronunciación de **Goui (/gó-ui/)** y **GOWI (/gó-ui/)** resulta notablemente parecida, con solo ligeras variaciones en la vocalización de la sílaba central que no logran establecer una



Ref. Expediente N° SD2025/0007844

distinción auditiva clara. Esta similitud acústica se ve reforzada por el hecho de que ambas marcas comparten el mismo número de sílabas, ritmo silábico equivalente e idéntico acento prosódico en la primera sílaba, lo que genera un riesgo sustancial de confusión para el consumidor promedio.

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 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 servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

9: Baterías externas; bancos de energía; cargadores USB; cargadores inalámbricos; cargadores para teléfonos inteligentes; cargadores de baterías de teléfonos móviles; cargadores; cables eléctricos; cables de carga eléctrica; cables informáticos; auriculares de diadema con micrófono; altavoces portátiles; carcasas para teléfonos inteligentes [smartphones]; cargadores para teléfonos móviles; soportes adaptados para teléfonos móviles y teléfonos inteligentes [smartphones]; cintas para teléfonos móviles; protectores de pantalla para teléfonos móviles; anillos para sujetar teléfonos móviles; cargadores para teléfonos celulares; cargadores para teléfonos celulares.

37: Servicios de recarga de baterías para teléfonos móviles.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente SD2017/0032436 Clase 9: Teléfonos móviles; teléfonos inteligentes; gafas inteligentes; relojes inteligentes; monitores de actividad portátiles; tabletas electrónicas; bastones de selfie (monópodos manuales); hologramas; pulseras conectadas (instrumentos de medición); películas de protección especiales para pantallas de ordenador; fundas para teléfonos inteligentes; estuches para teléfonos inteligentes; equipos de comunicación por redes; memorias de ordenador; receptores de audio y vídeo; reproductores multimedia portátiles; ordenadores; cuadernos electrónicos [ordenadores portátiles]; hardware; módems; instrumentos de medición; grabadoras de vídeo; cámaras de vídeo; películas de protección especiales para pantallas para teléfonos móviles; fuentes de alimentación móviles (baterías recargables); baterías eléctricas; altavoces; cajas de altavoces; cuadros de conmutación, aparatos eléctricos de conmutación; cascos

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° SD2025/0007844

auriculares; auriculares; pulseras de identificación magnéticas codificadas; reproductores de sonido portátiles.

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe conexidad por criterio de identidad entre los productos de la clase 9 de la solicitud marcaria "baterías externas, cargadores USB e inalámbricos, cables eléctricos, auriculares, altavoces portátiles, protectores de pantalla, fundas y soportes para teléfonos móviles" y los protegidos por la marca previamente registrada en la misma clase "teléfonos móviles, tabletas, relojes inteligentes, fundas para teléfonos, baterías eléctricas, altavoces, auriculares, películas de protección para pantallas y fuentes de alimentación móviles", al existir una coincidencia sustancial y esencial en la naturaleza, función y destino comercial de los bienes involucrados. La identidad es particularmente evidente en categorías específicas como baterías externas/fuentes de alimentación móviles, cargadores para teléfonos, fundas y estuches para teléfonos inteligentes, protectores de pantalla, auriculares y altavoces portátiles, donde las denominaciones, características técnicas y aplicaciones prácticas son prácticamente intercambiables entre ambos listados. Esta superposición integral se manifiesta en que ambos conjuntos de productos comparten idénticos canales de distribución (tiendas de electrónica, operadores de telefonía, plataformas de comercio electrónico), mismos públicos (usuarios de dispositivos móviles y consumidores de tecnología) e idéntica finalidad funcional (complementar, proteger o mejorar el rendimiento de dispositivos electrónicos), lo que genera un riesgo claro de confusión en el mercado respecto al origen empresarial de los productos. La conexidad por identidad se consolida al no existir diferencias sustanciales que permitan distinguir los productos de una solicitud frente a los de la otra en las múltiples categorías coincidentes.

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 nomenclador internacional.

Aunado a lo anterior, se evidencia una conexidad por criterio de razonabilidad entre los servicios de la clase 37 de la solicitud marcaria "servicios de recarga de baterías para teléfonos móviles" y los productos de la clase 9 de la marca previamente registrada "teléfonos móviles, teléfonos inteligentes, baterías eléctricas, fuentes de alimentación móviles y dispositivos electrónicos relacionados", en virtud de la relación funcional y comercial intrínseca que existe entre los servicios de mantenimiento energético y los dispositivos electrónicos que requieren dicha prestación para su operatividad. Los servicios de recarga de baterías constituyen una necesidad esencial y complementaria para el funcionamiento de los productos protegidos por la marca registrada, particularmente teléfonos móviles y dispositivos inteligentes, compartiendo canales de comercialización convergentes (centros de servicio técnico, tiendas de electrónica, puntos de venta autorizados) y un mismo público objetivo (usuarios de dispositivos móviles y tecnología portátil). Un consumidor podría asociar razonablemente estos servicios de recarga con los productos electrónicos de la marca registrada, especialmente si esta incursiona en la prestación de servicios posventa o mantenimiento para sus dispositivos, generando así un riesgo potencial de confusión respecto al origen empresarial. La conexidad se consolida al analizar la interdependencia en el ciclo de uso: mientras los productos de clase 9 representan los bienes tecnológicos, los servicios de clase 37 garantizan su continuidad operativa mediante la recarga energética, evidenciando una relación técnica y funcional en el ecosistema de dispositivos móviles y electrónicos.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente

Ref. Expediente N° SD2025/0007844

registrado 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 Goui (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Al Batrek Trading Company, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Goui (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 37 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Al Batrek Trading Company, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a Al Batrek Trading Company, solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

ARTÍCULO CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 13 de noviembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ 9: Baterías externas; bancos de energía; cargadores USB; cargadores inalámbricos; cargadores para teléfonos inteligentes; cargadores de baterías de teléfonos móviles; cargadores; cables eléctricos; cables de carga eléctrica; cables informáticos; auriculares de diadema con micrófono; altavoces portátiles; carcasas para teléfonos inteligentes [smartphones]; cargadores para teléfonos móviles; soportes adaptados para teléfonos móviles y teléfonos inteligentes [smartphones]; cintas para teléfonos móviles; protectores de pantalla para teléfonos móviles; anillos para sujetar teléfonos móviles; cargadores para teléfonos celulares; cargadores para teléfonos celulares.

⁶ 37: Servicios de recarga de baterías para teléfonos móviles.