

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 99368

Ref. Expediente N° SD2025/0066487

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 9 de julio de 2025, KATHERIN LIZETH MORENO ORTIZ, solicitó el registro de la Marca **INEXA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1075, 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

<sup>1</sup> **35:** Servicios de asesoría en administración comercial; servicios de asesoría en organización y gestión empresarial; servicios de asesoría relacionados con la administración de empresas; asistencia y asesoría en gestión empresarial; servicios de asesoría relacionados con el análisis empresarial; servicios administrativos; servicios administrativos y de secretariado; asistencia empresarial; auditoría empresarial; consultoría empresarial; gestión empresarial; asesoramiento en relación con la gestión empresarial; asistencia en gestión empresarial; servicios de asesoramiento sobre contabilidad empresarial; servicios de asesoramiento sobre gestión empresarial.

Ref. Expediente N° SD2025/0066487

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 | Nexia International | NEXIA INTERNATIONAL LIMITED | SD2016/0020572 | 10   | 35, 45 | Marca   | Registrada | 7/12/2027 |

#### Confundibilidad con marcas previamente solicitadas

| Tipo       | Signo | Titular                     | Expediente     | Niza | Clase  | Trámite | Estado               | Fecha de presentación |
|------------|-------|-----------------------------|----------------|------|--------|---------|----------------------|-----------------------|
| Mixta      | Nexia | Nexia International Limited | SD2025/0035650 | 12   | 35, 36 | Marca   | Bajo Examen de Fondo | 13/03/2025            |
| Nominativa | NEXIA | Nexia International Limited | SD2025/0028795 | 9    | 35, 36 | Marca   | Bajo Examen de Fondo | 07/03/2025            |

<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>

<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° SD2025/0066487

Los signos a comparar son los siguientes:

| El signo solicitado                                                               | Las marcas previamente solicitadas y registradas                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|  | <br><br><b>NEXIA</b> |

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”.*

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



Ref. Expediente N° SD2025/0066487

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

### Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que los signos analizados son similarmente confundibles:

En primer lugar, desde el plano ortográfico, los signos **INEXA** y **NEXIA/ NEXIA/ NEXIA INTERNACIONAL** comparten la raíz dominante **NEXA/NEXI**, con coincidencia en la secuencia vocálica **E-A / E-I** y la sucesión consonántica central **N-E-X**, lo que les otorga estructura ortográfica y longitud similar. La coincidencia en esta base alfabética, ubicada en el núcleo de cada denominación, proyecta una apariencia ortográfica asociativa que impide al consumidor individualizar con claridad los signos, pudiendo interpretarlos como variantes pertenecientes a una misma línea marcaria.

En segundo lugar, desde el plano fonético, ambos signos reproducen una secuencia sonora cercana, destacando la raíz **INEX / NEX** con identidad en la sílaba tónica inicial y coincidencia en los fonemas **/n-e-x /**, lo que genera ritmo y cadencia similar. La similitud auditiva en el núcleo fonológico dominante induciría al consumidor a percibirlos como denominaciones relacionadas o derivaciones de un mismo origen empresarial, sin lograr diferenciarlas con claridad al ser pronunciadas.

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 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 servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

<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° SD2025/0066487

**Clase 35:** Servicios de asesoría en administración comercial; servicios de asesoría en organización y gestión empresarial; servicios de asesoría relacionados con la administración de empresas; asistencia y asesoría en gestión empresarial; servicios de asesoría relacionados con el análisis empresarial; servicios administrativos; servicios administrativos y de secretariado; asistencia empresarial; auditoría empresarial; consultoría empresarial; gestión empresarial; asesoramiento en relación con la gestión empresarial; asistencia en gestión empresarial; servicios de asesoramiento sobre contabilidad empresarial; servicios de asesoramiento sobre gestión empresarial.

Los signos previamente registrados y solicitados identifican:

**Expediente SD2025/0035650 clase 35:** Asistencia sobre gestión empresarial; consultoría en dirección de empresas; valoración de negocios comerciales, búsquedas de negocios y consultas comerciales; servicios de consultoría organizativa de negocios y gestión de negocios comerciales; agencias de información comercial; oficinas de empleo; asistencia en la dirección de empresas industriales y comerciales; teneduría de libros; consultoría en gestión de recursos humanos; realización de estudios de mercado; servicios de expertos en eficiencia empresarial; investigaciones comerciales; investigación de marketing; consultoría sobre organización empresarial; relaciones públicas; preparación de estados financieros, a saber, elaboración de estados de cuentas; suministro de información estadística con fines empresariales y comerciales; suministro de información estadística comercial e índices de hipotecas, intereses y precios para terceros; suministro de información estadística comercial, a saber, información estadística y empresarial comercial suministrada en línea desde una base de datos informática o Internet.

**Clase 36:** Servicios de agencias de factoraje; operaciones bancarias; agencias de cobro de deudas; análisis financieros; servicios de fondos mutuos de inversión, a saber, servicios de asesoramiento de fondos mutuos, servicios de análisis de fondos mutuos, servicios de desarrollo de fondos mutuos y servicios de planificación de fondos mutuos; fianzas [garantías]; operaciones de cambio de divisas; emisión de cheques de viaje; servicios de valoraciones financieras; valoraciones fiscales; servicios fiduciarios, a saber, servicios de representación fiduciaria; servicios de financiación; inversiones financieras en el ámbito de los bienes inmuebles, valores, carteras y planificación de inversiones, préstamos comerciales; inversión de capitales; gestión financiera; administración de bienes inmuebles; actividades bancarias y monetarias, a saber, servicios bancarios y servicios de cambio de divisas; consultoría en préstamos financieros; transacciones financieras, a saber, servicios de transacciones de cambio de divisas; servicios de cotización en bolsa.

**Expediente SD2025/0028795 clase 35:** Asistencia en la dirección de negocios; consultoría en dirección de negocios; valoración de negocios comerciales, investigación e información sobre negocios; servicios de consultoría en organización de negocios y gestión de negocios comerciales; agencias de información comercial; oficinas de empleo; asistencia en materia de gestión a compañías industriales o comerciales; contabilidad; consultoría en materia de recursos humanos; estudio de mercados; peritajes comerciales; investigación comercial; búsqueda de mercados; consultoría en organización de negocios; relaciones públicas; elaboración de estados de cuenta; suministro de información estadística comercial; recopilación de información estadística; verificación de cuentas.

**Clase 36:** Descuento de facturas; actividades bancarias; agencias de cobro de deudas; análisis financiero; fondos mutuos de inversión; cauciones; operaciones de cambio de divisas; emisión de cheques de viaje; valoraciones financieras; valoraciones fiscales; servicios fiduciarios; servicios de financiación; inversiones financieras e inversión de capitales; administración financiera; administración de bienes inmuebles; actividades

Ref. Expediente N° SD2025/0066487

bancarias y monetarias; préstamos (finanzas); transacciones financieras; cotizaciones en bolsa.

**Expediente SD2016/0020572 clase 35:** prestación de servicios y asesorías relacionadas con la contaduría pública, la administración de empresas, sistemas, ingeniería industrial y de producción servicios de contabilidad, elaboración y presentación de estados financieros, auditoría, revisoría fiscal, auditoría de sistemas, auditorías de servicios, análisis de riesgos e inconsistencias en el procesamiento electrónico de datos, asesoría tributaria, organización estratégica, evaluación de empresas y otros. debidas diligencias, outsourcing contable, interventorias técnicas, administrativas y financieras, consultorías, supervisiones y seguimientos, auditorías de procesos, procedimientos, ambientales, técnicas, financieras, tributario, forenses en la gama interna, externa y en representación, valoraciones, liquidaciones, prestaciones de servicios y todos los demás servicios relacionados con el espectro administrativo, contable y económico.

**Conexidad competitiva entre los servicios de la clase 35 y las prestaciones de la clase 35 de los antecedentes SD2016/0020572, SD2025/0028795, SD2025/0035650 (Identidad y principio de razonabilidad)**

Del análisis realizado, se evidencia identidad entre parte de los servicios amparados por el signo solicitado y aquellos protegidos por los signos previamente registrados, toda vez que ambos abarcan actividades de consultoría en dirección y gestión empresarial, asesoría administrativa, asistencia en gestión de negocios, servicios administrativos, contabilidad, y consultoría organizativa. Estas coberturas coinciden en su naturaleza, finalidad y ámbito de prestación, pues se dirigen a apoyar la organización, administración y control operativo-financiero de empresas, por lo que el consumidor consideraría de que provienen del mismo origen empresarial, impidiéndole individualizar adecuadamente el origen de los servicios, configurándose así una identidad entre los servicios comparados.

Adicionalmente, desde la perspectiva del principio de razonabilidad, se advierte que los servicios en conflicto, se desarrollan dentro de un mismo entorno funcional y económico orientado al apoyo empresarial. Los servicios de asesoría, gestión y administración de negocios del signo solicitado pueden ser contratados por los mismos clientes que requieren servicios de consultoría, estudios de mercado, organización empresarial o preparación de informes financieros ofrecidos bajo los antecedentes. En la práctica comercial, este tipo de servicios suelen prestarse por firmas de consultoría integral que abarcan diversas áreas de soporte corporativo, lo que propicia una relación de coexistencia dentro de los mismos canales de comercialización y contratación. En consecuencia, el consumidor podría suponer que todos estos servicios provienen de un mismo origen empresarial o de entidades vinculadas, configurándose así conexidad competitiva por razonabilidad.

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.

Ref. Expediente N° SD2025/0066487

**Conexidad competitiva entre los servicios del a clase 35 y las prestaciones de la clase 36 de los antecedentes SD2025/0035650, SD2025/0028795 (principio de razonabilidad)**

En este caso desde la perspectiva del principio de razonabilidad, esta Dirección observa que los servicios distinguidos por el signo solicitado en la clase **35**, relativos a la asesoría en administración, gestión y organización empresarial, así como la consultoría contable y de negocios, guardan una relación próxima con los servicios de carácter financiero, bancario, fiduciario y de inversión amparados por los signos previamente registrados en la clase **36**. En la práctica comercial, las firmas que prestan servicios financieros suelen ofrecer también asesoramiento integral en materia de gestión empresarial y planificación corporativa, a fin de optimizar los recursos económicos de sus clientes. Por tanto, ambos tipos de servicios convergen dentro de un mismo entorno económico y pueden ser contratados por un público empresarial común que busca soluciones complementarias de gestión y financiamiento. En ese sentido, el consumidor podría asumir razonablemente que los servicios provienen del mismo origen empresarial o de entidades vinculadas, configurándose así conexidad competitiva por razonabilidad.

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 **INEXA** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por KATHERIN LIZETH MORENO ORTIZ, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar de esta resolución a KATHERIN LIZETH MORENO ORTIZ, 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 TERCERO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

<sup>5</sup> **35:** Servicios de asesoría en administración comercial; servicios de asesoría en organización y gestión empresarial; servicios de asesoría relacionados con la administración de empresas; asistencia y asesoría en gestión empresarial; servicios de asesoría relacionados con el análisis empresarial; servicios administrativos; servicios administrativos y de secretariado; asistencia empresarial; auditoría empresarial; consultoría empresarial; gestión empresarial; asesoramiento en relación con la gestión empresarial; asistencia en gestión empresarial; servicios de asesoramiento sobre contabilidad empresarial; servicios de asesoramiento sobre gestión empresarial.

Resolución N° **99368**

Ref. Expediente N° SD2025/0066487

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 27 de noviembre de 2025



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

