

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 100483

Ref. Expediente N° SD2025/0036816

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 22 de abril de 2025, NIIDO S.A.S., solicitó el registro de la Marca Niido (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en las clases 35 y 36 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1066, 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

¹ **35:** Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de intermediación comercial relacionados con la promoción de viviendas y la adquisición de créditos hipotecarios; servicios de intermediación comercial; intermediación en negocios comerciales para terceros; intermediación y cierre de transacciones comerciales para terceros; intermediación y formalización de operaciones comerciales para terceros; intermediación comercial en acuerdos relacionados con la compraventa de vivienda; mediación y cierre de transacciones comerciales para terceros; negociación y conclusión de transacciones comerciales para terceros.

36: Operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios; Servicios de intermediación financiera.

Ref. Expediente N° SD2025/0036816

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

Finalmente, la norma exige que dicha identidad o semejanza y relación de los signos y de los productos o servicios identificados por los signos, sea suficiente para generar un riesgo de confusión o de asociación, que se entiende debe recaer en los destinatarios de los productos o servicios, esto es el público consumidor.

De acuerdo con lo anterior, el no cumplimiento de uno de los supuestos de hecho hace que la marca sea registrable.

Estudio de registrabilidad del signo solicitado

Confundibilidad con las marcas previamente registradas

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	HUEVOS KIKES DEL NIDO	INCUBADORA SANTANDER S.A.	SD2021/0031598	11	29, 35, 41	Marca	Registrada	17 nov. 2031
Mixta	DEL NIDO KIKES	INCUBADORA SANTANDER S.A.	SD2024/0037835	12	29, 35, 41	Marca	Registrada	25 abr. 2035
Mixta	DEL NIDO KIKES LIBRES DE JAULA	INCUBADORA SANTANDER S.A.	SD2024/0040419	12	29, 35, 41	Marca	Registrada	16 jun. 2035
Mixta	NIDO'S TRAVEL PROPIEDADES Y TURISMO	DIEGO DE JESUS MARMOLEJO SANCHEZ	SD2017/0082938	11	36, 39	Marca	Registrada	27 dic. 2029

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.



Resolución N° 100483

Ref. Expediente N° SD2025/0036816

Mixta	NIDOS & NUDOS	INGRID TATIANA FIGUEROA REINA	SD2018/0058506	11	35	Marca	Registrada	21 ene. 2029
Mixta	DIEC18CHO NIDOS	Catalina Angel Fulladosa	SD2021/0016639	11	35	Marca	Registrada	08 oct. 2031
Mixta	NIDO	ANDRES FELIPE OSPINA GONZALEZ	SD2016/0000258	10	36	Marca	Registrada	22 dic. 2026

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	Las marcas registradas
	
	
	



Ref. Expediente N° SD2025/0036816

	
	
	
	HUEVOS KIKES DEL NIDO

Jurisprudencia

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”.

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



Ref. Expediente N° SD2025/0036816

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

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 reproduce la parte relevante de los signos antecedente.

Al compararse los conjuntos marcarios en conflicto, esta Dirección encuentra que los mismos comparten en su estructura vocales y consonantes, tal y como se observa a continuación:

Niido - / - **NIDO** - / - HUEVOS KIKES DEL **NIDO** - / - DEL **NIDO** KIKES - / - DEL **NIDO**
KIKES LIBRES DE JAULA - / - **NIDO**’S TRAVEL PROPIEDADES Y TURISMO - / -
NIDOS & NUDOS - / - DIEC18CHO **NIDOS**

Al analizar en conjunto los signos cotejados, se evidencia una marcada similitud ortográfica en la presencia del término **NIDO**, el cual constituye el núcleo compartido entre los signos enfrentados. Si bien los signos previamente registrados incorporan variaciones como “HUEVOS KIKES DEL”, “DEL”, “KIKES”, “LIBRES DE JAULA” o “TRAVEL PROPIEDADES Y TURISMO”, “& NUDOS” o “DIEC18CHO”, el signo solicitado incluye íntegramente el término “**Niido**”, lo que refuerza la impresión de similitud. Ahora bien, es preciso resaltar que la adición de la vocal “i” no resulta suficiente para evitar la confusión, ya que no modifica la percepción del núcleo marcario compartido.

Desde el punto de vista fonético, las marcas presentan una similitud relevante, ya que todas cuentan en su estructura con la secuencia sonora “**NIIDO**”, estableciendo una base auditiva idéntica entre los signos. Las variaciones posteriores no generan un impacto significativo en la percepción global, ya que el elemento dominante permanece constante. Incluso considerando el signo solicitado es nominativo, la incorporación de expresiones genéricas o descriptivas no resulta lo suficientemente distintiva para alterar la impresión general del consumidor. Permitir la diferenciación únicamente por la inclusión de elementos adicionales abriría la posibilidad de que terceros incorporen modificaciones mínimas en signos preexistentes, argumentando una supuesta distintividad.

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

Ref. Expediente N° SD2025/0036816

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 los criterios que permiten establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos y servicios⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de intermediación comercial relacionados con la promoción de viviendas y la adquisición de créditos hipotecarios; servicios de intermediación comercial; intermediación en negocios comerciales para terceros; intermediación y cierre de transacciones comerciales para terceros; intermediación y formalización de operaciones comerciales para terceros; intermediación comercial en acuerdos relacionados con la compraventa de vivienda; mediación y cierre de transacciones comerciales para terceros; negociación y conclusión de transacciones comerciales para terceros.

36: Operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios; Servicios de intermediación financiera.

Los signos previamente registrados identifican:

Expediente SD2021/0031598

29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Expediente SD2024/0037835

29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

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.

Resolución N° 100483

Ref. Expediente N° SD2025/0036816

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Expediente SD2024/0040419

29: Carne, pescado, carne de ave y carne de caza; extractos de carne; frutas y verduras, hortalizas y legumbres en conserva, congeladas, secas y cocidas; jaleas, confituras, compotas; huevos; leche y productos lácteos; aceites y grasas comestibles.

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

41: Educación; formación; servicios de entretenimiento; actividades deportivas y culturales.

Expediente SD2017/0082938

36: Servicios de seguros; operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios.

39: Transporte; embalaje y almacenamiento de mercancías; organización de viajes.

Expediente SD2018/0058506

35: Comercialización de productos; servicios de venta minorista o mayorista de tejidos; servicios de venta minorista o mayorista de tejidos y ropa de cama; servicios de venta minorista o mayorista de prendas de vestir; servicios de publicidad y promoción de ventas; servicios de venta minorista por correspondencia de ropa y accesorios de prendas de vestir; servicios de demostración para la venta, por cuenta de terceros.

Expediente SD2021/0016639

35: Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina.

Expediente SD2016/0000258

36: Ajustes de daños en el ámbito de los seguros distintos del de vida; consultoría e información sobre corretaje de seguros; consultoría en materia de finanzas y seguros; consultoría en materia de seguros.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 35 y la clase 36 internacional de las marcas confrontadas (Identidad)

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que existe conexión competitiva por identidad, en la medida en que las marcas cotejadas identifican las mismas prestaciones relacionadas con servicios comerciales, de publicidad, gestión de negocios y sobre ese mismo campo, operaciones financieras o negocios inmobiliarios, lo cual implica que compartan mismos canales de publicidad y comercialización de dichos servicios para ponerlos al alcance de sus clientes.

Resolución N° 100483

Ref. Expediente N° SD2025/0036816

Entonces, comparten naturaleza y destinación pues satisfacen las mismas necesidades de los consumidores y, por ende, es dado pensar que las marcas objeto de cotejo marcario pueden llegar a generar riesgo de confusión y/o asociación en el público quienes, al ver las similitudes denotadas, sumado a la de cobertura de los signos crean erróneamente que pertenecen a la línea de servicios de un mismo empresario.

Así, un signo susceptible de acarrear riesgo de confusión frente a un signo previamente 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 Niido (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por NIIDO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca Niido (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por NIIDO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a NIIDO 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 CUARTO: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 1 de diciembre de 2025



DANIEL MOR GARCIA

⁵ **35:** Publicidad; gestión de negocios comerciales; administración comercial; trabajos de oficina; servicios de intermediación comercial relacionados con la promoción de viviendas y la adquisición de créditos hipotecarios; servicios de intermediación comercial; intermediación en negocios comerciales para terceros; intermediación y cierre de transacciones comerciales para terceros; intermediación y formalización de operaciones comerciales para terceros; intermediación comercial en acuerdos relacionados con la compraventa de vivienda; mediación y cierre de transacciones comerciales para terceros; negociación y conclusión de transacciones comerciales para terceros.

⁶**36:** Operaciones financieras; operaciones monetarias; negocios inmobiliarios; Servicios de intermediación financiera.



Ref. Expediente N° SD2025/0036816

DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

