

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 392

Ref. Expediente N° SD2025/0035328

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 16 de abril de 2025, 3S REALTY INTERNATIONAL MEDELLIN S.A.S., solicitó el registro de la Marca 3S REALTY INTERNATIONAL MEDELLIN (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1082, 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

¹ **36:** Administración de bienes inmobiliarios; agentes inmobiliarios; asesoramiento inmobiliario; asuntos inmobiliarios; corretaje de contratos de ahorro de sociedades de crédito inmobiliario; corretaje virtual de bienes inmobiliarios; facilitación de catálogos inmobiliarios para el alquiler de viviendas; facilitación de financiación para proyectos inmobiliarios; facilitación de listas de anuncios inmobiliarios para el alquiler de apartamentos y viviendas; inversión de capital en el sector inmobiliario; negocios inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios; servicios de asesoramiento inmobiliario; servicios de asuntos inmobiliarios; servicios de gestión de activos inmobiliarios; servicios de negocios inmobiliarios; servicios inmobiliarios.

Ref. Expediente N° SD2025/0035328

De acuerdo con la disposición andina citada, para que el registro de una marca sea negado se necesita que ella cumpla con varios supuestos de hecho. En primer lugar, que el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero², esto es, que sea una reproducción exacta de éste y no permita ninguna clase de diferenciación entre los dos, o que existan semejanzas entre los signos a estudiar. El segundo supuesto de hecho es la identidad o relación existente entre los productos o servicios identificados por la marca solicitada a registro y la previamente solicitada o registrada³.

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
Mixta	3S INGENIERÍA ESPECIALIZADA	3S INGENIERÍA ESPECIALIZADA S.A.S.	SD2021/0037245	11	6, 37	Marca	Registrada
Nominativa	S3	BANCO SANTANDER, S.A.	SD2016/0005703	10	36	Marca	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

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

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° SD2025/0035328

	 S3
---	--

Jurisprudencia

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección encuentra que el elemento nominativo de cada signo es el preponderante, por cuanto las expresiones son las que generan mayor impacto en el consumidor al ser aquellas que utilizaría para identificar los signos en el mercado. En consecuencia, se observa que los signos analizados presentan similitudes susceptibles de inducir a error en el público consumidor.

En efecto, el signo solicitado 3S REALTY INTERNATIONAL MEDELLIN presenta una coincidencia relevante con la marca previamente registrada 3S INGENIERÍA ESPECIALIZADA, toda vez que ambos comparten de manera íntegra la expresión 3S, la cual constituye el elemento principal y dominante dentro de los signos confrontados.

De igual manera, el signo solicitado presenta similitud con la marca S3, en tanto ambas expresiones están conformadas por los mismos elementos, esto es, la letra S y el número 3, cuya inversión en el orden no resulta suficiente para establecer una clara diferenciación, dado que el consumidor percibe dichas expresiones como equivalentes desde el punto de vista denominativo y fonético.

Las variaciones introducidas por el signo solicitado, tales como la adición de las expresiones REALTY INTERNATIONAL MEDELLIN, no resultan suficientes para establecer una clara diferenciación, ya que dichos elementos se perciben como complementos que acompañan al componente principal 3S sin modificar su impacto en la percepción del consumidor.

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 que distinguen los signos en conflicto, para lo cual deberán tenerse en cuenta

Ref. Expediente N° SD2025/0035328

las pautas o criterios que permiten conducir a establecer o fijar la similitud o la conexión competitiva entre los productos ⁴.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

36: Administración de bienes inmobiliarios; agentes inmobiliarios; asesoramiento inmobiliario; asuntos inmobiliarios; corretaje de contratos de ahorro de sociedades de crédito inmobiliario; corretaje virtual de bienes inmobiliarios; facilitación de catálogos inmobiliarios para el alquiler de viviendas; facilitación de financiación para proyectos inmobiliarios; facilitación de listas de anuncios inmobiliarios para el alquiler de apartamentos y viviendas; inversión de capital en el sector inmobiliario; negocios inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios; servicios de asesoramiento inmobiliario; servicios de asuntos inmobiliarios; servicios de gestión de activos inmobiliarios; servicios de negocios inmobiliarios; servicios inmobiliarios.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente No. SD2021/0037245

(6): Materiales de construcción y edificación metálicos; construcciones transportables metálicas.

(37): Desescombrado de edificios [servicios de construcción]; servicios de construcción; servicios de construcción con hormigón; servicios de construcción prestados por contratistas inmobiliarios; servicios de construcción prestados por empresarios inmobiliarios; servicios de construcción relacionados con la instalación de sistemas de calefacción, ventilación y aire acondicionado; servicios de construcción y mantenimiento relacionados con la ingeniería civil; servicios de construcción, a saber, desbroce de terrenos; servicios de construcción, a saber, despeje de terrenos; servicios de construcción, a saber, excavación; servicios de construcción, a saber, movimiento de tierras; servicios de construcción, a saber, nivelación de terraplén; servicios de construcción, a saber, pavimentación de asfalto; servicios de construcción, a saber, pavimentación de hormigón; servicios de construcción, es decir, preparación de aterrazamiento; servicios de construcción, mantenimiento, limpieza y reparación; servicios de construcción, reparación, instalación y mantenimiento.

Expediente No. SD2016/0005703

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° 392

Ref. Expediente N° SD2025/0035328

(36): Servicios financieros; Servicios de custodia de inversiones; Servicios de custodia y transacción de valores; Servicios de depósito de custodia; Servicios de apertura de cuentas de todo tipo; Compensación y liquidación de las operaciones realizadas sobre valores y administración de derechos patrimoniales.

Esta Dirección encuentra que existe una relación de conexidad competitiva entre los servicios inmobiliarios de la clase 36 solicitados y los servicios de construcción, instalación, mantenimiento y reparación de la clase 37 identificados en el registro previamente citado.

La conexidad se configura con fundamento en el criterio de razonabilidad, toda vez que, conforme a la dinámica usual del mercado, es habitual que un mismo empresario o grupo empresarial opere de manera integrada en el sector inmobiliario, ofreciendo tanto servicios vinculados a la gestión, administración, intermediación, asesoramiento y negocios inmobiliarios, como servicios directamente relacionados con la construcción, adecuación, mantenimiento y desarrollo de los bienes inmuebles objeto de tales actividades.

En efecto, para el consumidor resulta razonable considerar que los servicios de administración de bienes inmobiliarios, asesoramiento inmobiliario, inversión y negocios inmobiliarios se encuentren estrechamente ligados a los servicios de construcción y mantenimiento de inmuebles, en la medida en que estos últimos constituyen una etapa necesaria o complementaria en el desarrollo, explotación y gestión de proyectos inmobiliarios. En consecuencia, los servicios en comparación pueden ser percibidos como provenientes de un mismo origen empresarial, lo que permite afirmar la existencia de conexidad competitiva relevante par

Igualmente, esta Dirección encuentra que existe una relación de conexidad competitiva entre los servicios inmobiliarios de la clase 36 solicitados y los servicios financieros, de custodia de inversiones, administración de valores y gestión patrimonial de la misma clase 36 identificados en el registro previamente citado.

La conexidad se configura con fundamento en el criterio de razonabilidad, toda vez que, conforme a la dinámica usual del mercado, es habitual que los negocios inmobiliarios se encuentren estrechamente vinculados a servicios financieros, de inversión, custodia y administración de activos, en especial cuando se trata de operaciones de compra, venta, administración, financiación e inversión en bienes inmuebles. En ese contexto, resulta razonable que el consumidor considere que los servicios inmobiliarios y los servicios financieros asociados a la gestión y custodia de inversiones inmobiliarias provienen de un mismo empresario o grupo empresarial, lo que permite afirmar la existencia de una conexidad competitiva relevante para el análisis marcario.

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



Resolución N° 392

Ref. Expediente N° SD2025/0035328

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca 3S REALTY INTERNATIONAL MEDELLIN (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por 3S REALTY INTERNATIONAL MEDELLIN S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a 3S REALTY INTERNATIONAL MEDELLIN S.A.S., 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.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 2 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁵ **36:** Administración de bienes inmobiliarios; agentes inmobiliarios; asesoramiento inmobiliario; asuntos inmobiliarios; corretaje de contratos de ahorro de sociedades de crédito inmobiliario; corretaje virtual de bienes inmobiliarios; facilitación de catálogos inmobiliarios para el alquiler de viviendas; facilitación de financiación para proyectos inmobiliarios; facilitación de listas de anuncios inmobiliarios para el alquiler de apartamentos y viviendas; inversión de capital en el sector inmobiliario; negocios inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmobiliarios; servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios; servicios de asesoramiento inmobiliario; servicios de asuntos inmobiliarios; servicios de gestión de activos inmobiliarios; servicios de negocios inmobiliarios; servicios inmobiliarios.