

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 1067

Ref. Expediente N° SD2025/0047807

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 21 de mayo de 2025, Katherine Gomez Giraldo, solicitó el registro de la Marca REUSO (Mixta) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 9 y 35 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1068, 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 9: Aplicaciones informáticas descargables; aplicaciones descargables; aplicaciones descargables para dispositivos móviles; aplicaciones descargables para móviles.

35: Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos y servicios.

Ref. Expediente N° SD2025/0047807

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 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
Mixta	Calculadora de Reúso	Juan Pablo Merino Palacio	SD2022/0127855	11	35	Marca	Registrada	11/08/2033
Mixta	REUSE	Servicios Intermediarios Reuse Chile Spa	SD2020/0070774	11	35	Marca	Registrada	25/01/2032

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° SD2025/0047807

El signo solicitado	Las marcas registradas
	 

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

REUSO vs. REÚSO:

Al comparar los signos **REUSO** y **REÚSO**, se evidencia una **alta confundibilidad desde los planos ortográfico, fonético y conceptual**. Ortográficamente, ambos signos se componen de las mismas cinco letras, diferenciándose únicamente por la presencia de la tilde en la vocal “Ú”, elemento gráfico mínimo que no altera de manera sustancial la percepción visual global del conjunto. Fonéticamente, la pronunciación resulta **prácticamente idéntica**, toda vez que la acentuación prosódica recae en la misma sílaba y el sonido emitido por el consumidor medio no permite distinguir con claridad la existencia o no de la tilde, máxime en el lenguaje cotidiano. Conceptualmente, ambos signos evocan de forma directa la idea de **volver a usar, reutilizar o dar un nuevo uso a un bien**, lo que refuerza su coincidencia semántica. En este contexto, las similitudes predominan de manera clara sobre las diferencias, generando un **riesgo cierto de confusión directa o de asociación**, en tanto el consumidor podría asumir que se trata del mismo signo o de variantes pertenecientes a un mismo origen empresarial.

REUSO vs. REUSE:

En la comparación entre **REUSO** y **REUSE**, se advierte igualmente un **alto grado de semejanza susceptible de inducir a confusión**, pese a tratarse de signos en idiomas distintos. Desde el punto de vista ortográfico, ambos comparten la secuencia inicial “REUS-”, diferenciándose únicamente en la vocal final “O” frente a la “E”, variación que resulta leve dentro del conjunto marcario. Fonéticamente, la pronunciación presenta una **notable proximidad sonora**, especialmente en el arranque del signo, que es el segmento que suele fijarse con mayor fuerza en la memoria del consumidor. Conceptualmente, **REUSE** constituye la traducción directa al inglés de **REUSO**, por lo que ambos transmiten



Ref. Expediente N° SD2025/0047807

exactamente la misma idea de reutilización o reaprovechamiento. Esta identidad conceptual, sumada a la similitud visual y fonética, **acentúa el riesgo de que el público relevante considere erróneamente que los signos provienen del mismo empresario o de empresas vinculadas**, configurándose así un escenario claro de confundibilidad marcaría.

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: Aplicaciones informáticas descargables; aplicaciones descargables; aplicaciones descargables para dispositivos móviles; aplicaciones descargables para móviles.

35: Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos y servicios.

Los signos previamente registrados o solicitados identifican:

Expediente

Servicios

SD2022/0127855 **(35):** Compilación de información en bases de datos informáticas; información y asesoramiento comerciales al consumidor en la selección de productos y servicios; suministro de información y asesoramiento comerciales al consumidor en la selección de productos y servicios; compilación y sistematización de información en bases de datos informáticas; sistematización de información en bases de datos informáticas; suministro de información comercial por sitios web; actualización y mantenimiento de datos en bases de datos informáticas; actualización y mantenimiento de información en los registros; servicios de gestión informática de archivos; recopilación de estadísticas; recopilación de estadísticas con fines de negocios o comerciales.

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° SD2025/0047807

SD2020/0070774 (35): Importación, compra, comercialización y venta de productos de aparatos de telefonía celular, computadores, notebooks, portátiles, Tablet, smartwatches (Relojes inteligentes) refaccionados, parlantes y accesorios de computación y telefonía.

Conexión competitiva entre los productos de la clase 9 y los servicios de la clase 35

Dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que, aunque estamos ante productos y servicios que están ubicados en diferente clase del nomenclátor internacional, y que, en principio no tendrían ninguna conexión, debido a lo que buscan proteger/protegen, el consumidor podría asumir razonablemente que las aplicaciones solicitadas son ofrecidos por el mismo empresario que se dedica a los servicios de importación, compra y venta de aparatos de telefonía celular, computadores, portátiles, incluidos en la marca registrada, conforme a las prácticas habituales del mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conexión competitiva entre los servicios de la clase 35

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar servicios 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 (Comercialización y venta de productos) – especie (Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos y servicios), ubicados en la misma clase 35 del nomenclátor internacional.

Así mismo, los servicios solicitados en clase 35 están relacionados con los servicios registrados en la misma clase en cuanto a suministro de información comercial por sitios web, toda vez que, ambos grupos de prestaciones son comerciales y suelen ponerse al alcance del consumidor de la misma forma.

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 REUSO (Mixta) para distinguir productos comprendidos en la clase 9 de la Clasificación Internacional de Niza⁵, solicitada por Katherine Gomez Giraldo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente

⁵ 9: Aplicaciones informáticas descargables; aplicaciones descargables; aplicaciones descargables para dispositivos móviles; aplicaciones descargables para móviles.

Resolución N° 1067

Ref. Expediente N° SD2025/0047807

resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Negar el registro de la Marca REUSO (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 35 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por Katherine Gomez Giraldo, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO TERCERO: Notificar de esta resolución a Katherine Gomez Giraldo, 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 5 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 35: Suministro de espacios de venta en línea para compradores y vendedores de productos y servicios.

