

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 2925

Ref. Expediente N° SD2025/0093215

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 12 de septiembre de 2025, KEVIN DAVID CHAVES ERAZO, solicitó el registro de la Marca LA RUTA Del NHOMADA. (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 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 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 43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Ref. Expediente N° SD2025/0093215

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 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	Nomada cerveza artesanal	PRODUCTOS ALIMENTICIOS PATRIA S.A.S.	SD2019/0014327	11	32	Marca	Registrada	12 oct. 2029
Mixta	Nómada cafetero	jose albeiro gallego suarez	SD2022/0067205	11	30	Marca	Registrada	03 nov. 2033
Nominativa	NOMADA WINE	REPUBLICA GLOBAL S.A.S.	SD2018/0090287	11	33	Marca	Registrada	18 jun. 2029

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° SD2025/0093215

El signo solicitado	Las marcas registradas	
		
	NOMADA WINE	

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”.

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,



Ref. Expediente N° SD2025/0093215

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

En el caso que nos ocupa, le compete a esta Dirección verificar si el signo solicitado a registro **“LA RUTA Del NHOMADA”** se encuentra incurso en las causales de irregistrabilidad establecidas por la Decisión 486 del año 2000.

La Dirección encuentra que los signos bajo estudio, apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea, presentan equivalencias susceptibles de generar confusión en el público consumidor.

En efecto, se observa que el signo solicitado **LA RUTA Del NHOMADA** presenta similitudes ortográficas y fonéticas con elemento nominativo relevante de las marcas previamente registradas **Nomada cerveza artesanal / Nómada cafetero / NOMADA WINE**, sin que la inclusión de la letra “H” en la expresión **NHOMADA**, así como la variación en los elementos figurativos y nominativos logren desvirtuar las semejanzas existentes entre los signos enfrentados.

Ahora bien, desde el punto de vista fonético, al ser pronunciada la expresión solicitada **LA RUTA Del NHOMADA** y las registradas **Nomada cerveza artesanal / Nómada cafetero / NOMADA WINE**, se genera un impacto sonoro muy similar en razón a la disposición de los grafemas utilizados.

Por lo anterior, los consumidores pueden llegar a considerar por error que el signo solicitado es una innovación y/o variación de las marcas registradas, cuando en realidad se trata de empresarios distintos.

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/o 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/o servicios⁴.

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° SD2025/0093215

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

Clase 43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

Los signos registrados identifican:

Expediente SD2019/0014327, Clase 32: Bebidas a base de cerveza; cerveza sin alcohol; cerveza de bajo contenido alcohólico; cerveza desalcoholizada; cerveza con gaseosa de limón; cerveza de jengibre; cerveza de malta; cerveza porter [cerveza negra]; cerveza stout; cerveza de trigo; cervezas ale; cervezas ale con sabor a café; cervezas aromatizadas; cervezas aromatizadas con café; cervezas lager; cervezas negras [cervezas de malta tostada]; cervezas protegidas por la denominación de origen "pilsner"; cervezas pálidas; cervezas*; mezclas [bebidas] a base de cerveza; mosto de cerveza..

Expediente SD2022/0067205, Clase 30: Café.

Expediente SD2018/0090287, Clase 33: Vinos.

Relación servicios Clase 43 con productos Clase 32 Razonabilidad:

De acuerdo con los factores de conexidad competitiva, se establece que el signo solicitado pretende amparar servicios de la **Clase 43** que a pesar de no encontrarse en el mismo nomenclátor de la marca registrada **Nomada cerveza artesanal (Mixta) Expediente SD2019/0014327**, que protege productos de la **Clase 32**, existe entre ellos una relación de conexidad. Lo anterior debido a que se trata de servicios y productos que teniendo en cuenta la realidad del mercado y el sector en que se comercializan, son razonables teniendo en cuenta que los consumidores podrían asumir que provienen del mismo empresario.

Por lo tanto, no resulta extraño que un empresario que se desempeña en un sector específico busque ampliar su esquema de negocios e incursione en otra área del mismo sector con finalidades similares, por lo que el consumidor fácilmente entenderá que quien se encarga de fabricar determinados productos como los que protege la marca registrada decida ofrecerlos a través de los servicios que pretende distinguir el signo solicitado como son entre otro los establecimientos de comercio como son los restaurantes.

Al darse tal circunstancia, el riesgo de asociación se incrementa al punto de impedir el registro del signo solicitado, pues son servicios y productos que suelen complementar algunos sectores del comercio de restauración o restaurantes con el ofrecimiento de bebidas registradas bajo su misma protección y mercado.

En este orden de ideas, al aplicar la teoría de la interdependencia, que como su nombre lo indica implica reciprocidad, interrelación, correspondencia y dependencia entre los signos que se comparan los servicios y productos que distinguen, el análisis comparativo de éstos debe ser más riguroso. En efecto, a mayor similitud de los signos, mayor diferenciación debe haber entre los servicios y productos, lo cual no se da en el presente caso.

Relación servicios Clase 43 con productos Clase 30 Razonabilidad

De lo anterior, se establece que el signo solicitado pese a identificar servicios de la **Clase 43** que no se encuentran en el mismo nomenclátor de la marca que sirve de antecedente

Ref. Expediente N° SD2025/0093215

Nómada cafetero, Expediente SD2022/0067205, entre los servicios que pretende amparar el signo solicitado y los productos que protege la marca fundamento de la negación para la **Clase 30**, se pudo establecer que existe conexidad competitiva teniendo en cuenta que es razonable, dada la dinámica del mercado que tanto los productos de la **Clase 30**, como es el “café” es un producto que se ofrece en los restaurantes, por tratarse de un tipo de producto alimenticio. Por lo tanto, si el consumidor promedio llegará a encontrar el signo solicitado para identificar los servicios a identificar en el mercado, fácilmente podría asociar y pensar que el titular de la marca registrada decidió ampliar su portafolio y ofrecer sus productos a través de un establecimiento de comercio y servicios de restauración.

Por lo anterior, los consumidores al encontrar los signos en el mercado difícilmente podrían identificar el distinto origen empresarial de los mismos (confusión indirecta), ya que cada vez es más frecuente en el mercado que los mismos restaurantes identifiquen productos alimenticios y bebidas con su propia marca. Por ende, de permitir el registro del signo solicitado, se generaría riesgo de confusión y asociación en el mercado, pues dada la similitud del componente nominativo de los signos comparados, sería muy difícil para los consumidores determinar el origen empresarial de los productos y/o servicios distinguidos.

Relación servicios Clase 43 con productos Clase 33 Razonabilidad

En atención a los criterios de conexidad competitiva, la Dirección aprecia una relación de conexidad, entre los servicios que pretende distinguir el signo solicitado para la **Clase 43** internacional y los productos que distingue la marca registrada **NOMADA WINE (Nominativa) Expediente SD2018/0090287** para la **Clase 33** del nomenclátor en atención a que el consumidor puede pensar razonablemente que provienen del mismo origen empresarial⁵, teniendo en cuenta la similitud de los signos analizados.

Lo anterior, en razón a que, durante la ejecución de los servicios de restauración, suelen dispensarse diferentes tipos de bebidas alcohólicas como los “vinos” que son los productos que protege la marca fundamento de la negación, siendo común además la tendencia cada vez más usual en el mercado según la cual los empresarios amplíen su portafolio de negocios y que quienes fabrican “bebidas alcohólicas – vinos” amplíe su portafolio de negocios y decida ofrecer estos productos en los establecimientos del mismo nombre o de nombre similares, con el fin de posicionar su marca en el segmento correspondiente y unificar su portafolio para beneficio de sus clientes.

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 LA RUTA Del NHOMADA. (Mixta)

⁵ Resolución No. 70966 de 11 de octubre de 2022 y Resolución No. 47714 de 26 de julio de 202, Expediente No. SD2021/0115121.

Resolución N° 2925

Ref. Expediente N° SD2025/0093215

para distinguir servicios comprendidos en la clase 43 de la Clasificación Internacional de Niza⁶, solicitada por KEVIN DAVID CHAVES ERAZO, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a KEVIN DAVID CHAVES ERAZO, 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 9 de enero de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS

⁶ 43: Servicios de restauración (alimentación); hospedaje temporal.

