

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 15828

Ref. Expediente N° SD2025/0090381

Por la cual se niega parcialmente una solicitud de registro marcario multiclase

EL DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS
en ejercicio de sus facultades legales y,

CONSIDERANDO

PRIMERO: Que por escrito presentado el día 5 de septiembre de 2025, REFORESTADORA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DE COLOMBIA S.A.S. SIGLA RINCCO S.A.S., solicitó el registro de la Marca NIDO (Nominativa) para distinguir productos y servicios comprendidos en las clases 20, 37 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

SEGUNDO: Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1079, 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

¹ **20:** Muebles de madera para hogar, oficina y comercio (sillas, mesas, camas, armarios, estanterías, muebles modulares); elementos decorativos y accesorios de madera (espejos con marcos de madera, cuadros, repisas, biombos); estructuras y partes de mobiliario prefabricado en madera; accesorios y componentes de mobiliario en madera (frentes de cajones, puertas para muebles, tableros); muebles, espejos, marcos; contenedores no metálicos de almacenamiento o transporte; hueso, cuerno, ballena o nácar, en bruto o semielaborados; conchas; espuma de mar; ámbar amarillo.

37: Construcción de casas, cabañas, chalets y edificaciones en madera; instalación, montaje y mantenimiento de mobiliario en madera; restauración, reparación y remodelación de construcciones en madera; servicios de carpintería en obra para proyectos civiles y habitacionales; instalación de pisos, techos, puertas, ventanas y demás elementos estructurales en madera; servicios de construcción; servicios de instalación y reparación.

42: Diseño de mobiliario en madera (muebles a medida, mobiliario modular y de interiores); diseño arquitectónico de viviendas y edificaciones en madera; elaboración de planos, maquetas y proyectos constructivos en madera; servicios de diseño de interiores y decoración de espacios con predominio de madera; asesoría en innovación, desarrollo sostenible y aprovechamiento tecnológico de la madera para proyectos arquitectónicos; servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño conexos; servicios de análisis industrial, investigación industrial y diseño industrial; control de calidad y servicios de autenticación; diseño y desarrollo de hardware y software.

Ref. Expediente N° SD2025/0090381

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 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

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 (dentrífico) 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.

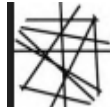
c) La posibilidad de considerar que los productos o servicios provienen del mismo empresario (razonabilidad). Existe conexión cuando el consumidor, considerando la realidad del mercado podría asumir como razonable que los productos o servicios en cuestión provienen del mismo empresario. Así, por ejemplo, en determinados mercados quien fabrica cerveza también expende agua embotellada.

Ref. Expediente N° SD2025/0090381

relevante para el presente examen de registrabilidad:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Vigencia	Estado
Mixta	THE NIDO COLLECTION	Nido IP B.V.	SD2019/0000187	11	9, 16, 18, 41	Marca	10-08-2028	Registrada

Los signos a comparar son los siguientes:

El signo solicitado	La marca registrada
NIDO	 THE NIDO COLLECTION

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”.

Análisis comparativo

Esta Dirección observa que en la confrontación entre el signo nominativo “NIDO” y el signo mixto “THE NIDO COLLECTION”, el elemento denominativo adquiere especial relevancia, por ser el que el consumidor utilizará para identificar y solicitar los productos o servicios en el mercado, sin que los elementos gráficos del segundo signo tengan entidad suficiente para alterar la impresión global.

En el signo mixto “THE NIDO COLLECTION”, si bien concurren varias expresiones, el término “NIDO” se destaca como el componente central y de mayor fuerza distintiva dentro del conjunto. La palabra “THE” corresponde a un artículo determinado en idioma inglés, carente de distintividad relevante, mientras que “COLLECTION” posee un carácter evocativo o descriptivo, aludiendo a una línea o conjunto de productos. En ese contexto, “NIDO” constituye el eje identificador del signo mixto.



Ref. Expediente N° SD2025/0090381

Por su parte, el signo antecedente “NIDO”, al ser estrictamente nominativo, concentra su fuerza distintiva exclusivamente en dicha expresión.

En cuanto al análisis conceptual, ambos signos evocan la misma idea asociada al término “nido”, entendido como refugio, hogar o espacio de resguardo. La coincidencia conceptual es total, sin que los términos adicionales del signo mixto introduzcan una noción sustancialmente distinta.

Desde el punto de vista ortográfico, la coincidencia es evidente, pues la denominación “NIDO” se reproduce íntegramente dentro del signo mixto. La adición de términos accesorios no elimina la fuerte similitud gráfica derivada del elemento común predominante.

En el análisis fonético, la semejanza es igualmente clara. La palabra “NIDO” constituye el núcleo sonoro del signo mixto, siendo la expresión que el consumidor retendrá y pronunciará con mayor facilidad. La incorporación de “THE” y “COLLECTION” no neutraliza la coincidencia auditiva generada por el elemento compartido.

En consecuencia, al encontrarse íntegramente incorporado el signo nominativo “NIDO” dentro del signo mixto “THE NIDO COLLECTION”, y no tener los demás elementos la entidad suficiente para desvirtuar dicha coincidencia, se configura una similitud relevante que puede inducir a asociación en el mercado, especialmente si distinguen servicios relacionados.

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

Dentro de los servicios a distinguir con el signo solicitado se encuentran:

Clase 42: Diseño de mobiliario en madera (muebles a medida, mobiliario modular y de interiores); diseño arquitectónico de viviendas y edificaciones en madera; elaboración de

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° SD2025/0090381

planos, maquetas y proyectos constructivos en madera; servicios de diseño de interiores y decoración de espacios con predominio de madera; asesoría en innovación, desarrollo sostenible y aprovechamiento tecnológico de la madera para proyectos arquitectónicos; servicios científicos y tecnológicos, así como servicios de investigación y diseño conexos; servicios de análisis industrial, investigación industrial y diseño industrial; control de calidad y servicios de autenticación; diseño y desarrollo de hardware y software.

El signo previamente registrado identifica:

Expediente	Producto y Servicios
-------------------	-----------------------------

SD2019/0000187 (9): Software informático; software informático suministrar plataformas remotas para su uso y comunicación con dispositivos de escritorio, móviles y tabletas y una ubicación central; software informático para suministrar mapas geográficos, información sobre hoteles, albergues y alojamientos (hospedaje temporal) y recomendaciones y guías de información sobre hospedaje temporal; publicaciones electrónicas; publicaciones en formato electrónico; publicaciones electrónicas, revistas y publicaciones periódicas descargables.

(16): Publicaciones, a saber, libros, boletines informativos y revistas.

(18): Artículos de cuero o de imitaciones del cuero, a saber, baúles y maletas; portafolios (marroquinería); bolsas, a saber, bolsos de mano, mochilas escolares, bolsas de viaje, mochilas, bolsos marineros, maletines y bolsas de viaje; paraguas y sombrillas; billeteras; tarjeteros (carteras); bandoleras de cuero; monederos; estuches para llaves; fundas para tarjetas de crédito; piezas y accesorios para todos los productos mencionados.

(41): Servicios de educación y enseñanza; organización de presentaciones con fines educativos y de formación; cursos de formación sobre cocina, tecnología alimentaria, salud y mantenimiento físico; servicios de entretenimiento en forma de preparación y organización de eventos sociales recreativos; organización de eventos con fines culturales; servicios de asesoramiento e información sobre carreras profesionales (educación y formación); orientación profesional [asesoramiento en educación o formación] para jóvenes.

Conexidad entre los productos de la clase 9 y los servicios de la clase 42 internacional (Razonabilidad).

Existe una relación de conexidad por razonabilidad entre los productos de la Clase 9 consistentes en software informático y los servicios de la Clase 42 relativos al diseño y desarrollo de hardware y software, en atención a la dinámica propia del sector tecnológico.

En efecto, el software informático constituye el resultado tangible o final de procesos de diseño y desarrollo tecnológico. En el mercado actual, resulta habitual que una misma empresa identifique bajo un mismo signo tanto el producto terminado (software) como los servicios profesionales orientados a su creación, adaptación o mejora.

Desde la perspectiva del consumidor frecuentemente empresas o usuarios que buscan soluciones tecnológicas no se trata de actividades aisladas, sino de prestaciones que forman parte de un mismo entorno económico y funcional. El desarrollo de software es la actividad que da origen al producto informático, lo que genera una vinculación directa en la percepción del mercado.

Ref. Expediente N° SD2025/0090381

Asimismo, coinciden en sector económico, público objetivo y canales de comercialización, pues se dirigen a usuarios que requieren herramientas digitales o servicios especializados en su creación e implementación.

En consecuencia, atendiendo a la práctica comercial del sector tecnológico y a la percepción del consumidor especializado, se configura una conexidad razonable entre el software informático de la Clase 9 y los servicios de diseño y desarrollo de hardware y software de la Clase 42.

De igual forma, existe la posibilidad que el consumidor vincule una serie de productos y servicios cuando los mismos se publicitan y promocionan a través de los mismos canales, no solamente en medios de difusión masiva, sino en campañas o promociones que vinculan los productos para su adquisición o uso conjunto, estrechando así la posibilidad de confundir uno u otro signo.

Finalmente, dado el tipo de establecimientos en los que se pone a disposición los productos y servicios, así como la forma en la que los mismos se ponen al alcance del consumidor, es claro que existe una relación entre los mismos puesto que en ambos casos es posible acceder a uno u otro a través de los mismos canales, asumiendo equivocadamente que en ambos casos se cuenta con un único origen empresarial.

Así las cosas, 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 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.

No obstante, lo anterior, la decisión de concesión del signo solicitado con relación a las clases 20 y 37 deberán ser suspendidas hasta tanto quede en firme la decisión de la clase restante, tal como lo dispone el numeral 1.2.5.7.2 del capítulo primero de la Circular Única, el cual prescribe lo siguiente:

“Cuando la Superintendencia encuentre que el registro de la marca debe ser negado para uno o varios productos o servicios incluidos en la solicitud, pero concedido para los restantes, solo se pronunciará respecto de la negación.

La decisión de concesión se suspenderá, profiriéndose la resolución de concesión para los restantes productos o servicios, una vez quede en firme la decisión respecto de los productos o servicios para los cuales se profirió resolución de negación (...)”

En mérito de lo expuesto, esta Dirección,

RESUELVE

ARTÍCULO PRIMERO: Negar el registro de la Marca NIDO (Nominativa) para distinguir servicios comprendidos en la clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza, solicitada por REFORESTADORA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DE COLOMBIA S.A.S. SIGLA RINCCO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

Ref. Expediente N° SD2025/0090381

ARTÍCULO SEGUNDO: Notificar de esta resolución a REFORESTADORA INDUSTRIAL Y COMERCIAL DE COLOMBIA S.A.S. SIGLA RINCCO 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 TERCERO: En firme esta resolución, decídanse las clases suspendidas.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 5 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS