

REPÚBLICA DE COLOMBIA
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 21719

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

Por la cual se decide una solicitud de registro

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

CONSIDERANDO

Que por escrito presentado el día 15 de septiembre de 2025, la sociedad **Nido Mobiliario S.A.S.**, solicitó el registro de la Marca **nido mobiliario (Mixta)** para distinguir productos y servicios comprendidos en las Clases 20 y 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹.

Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1080 del 29 de septiembre de 2025, la sociedad **Reforestadora Industrial y Comercial de Colombia S.A.S. Sigla Rincco S.A.S.**, presentó oposiciones contra la solicitud de registro en las Clases 20 y 42 Internacional con fundamento en la causal de irregistrabilidad contenida en el literal a) del artículo 136 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina.

Lo anterior con fundamento, entre otros, en los siguientes argumentos:

“Teniendo en cuenta lo anterior, efectuaremos el análisis comparativo de los signos:

*NIDO
NIDO*

De conformidad con la comparación anterior, las marcas son idénticas en los aspectos gráfico, fonético y conceptual.

(...)

En virtud de lo anterior, podemos concluir que, por una parte, existe identidad entre el signo solicitado para registro, y la marca previamente solicitada, y por otra parte, identidad en cuanto a los productos que identifican.

(...)

En virtud de lo anterior, podemos concluir que, por una parte, existe identidad entre el signo solicitado para registro, y la marca previamente solicitada, y por otra parte, identidad en cuanto a los servicios que identifican.”

Que dentro del término concedido para tal efecto, la sociedad **Nido Mobiliario S.A.S.**, dio respuesta a las oposiciones argumentando:

“Al evaluar el signo solicitado en su conjunto —denominativo y gráfico— resulta evidente que NIDO MOBILIARIO genera una impresión global diferenciada, con identidad comercial propia y claramente delimitada en el sector de diseño y mobiliario. Adicionalmente, el término “NIDO” constituye un vocablo evocativo del lenguaje

¹ 20: Armarios; armarios empotrados en cuanto muebles; armarios para cuartos de baño; armarios para; dormitorios; armarios roperos; escritorios [muebles]; escritorios de oficina; estanterías modulares [muebles]; muebles a medida; muebles de oficina; vitrinas [muebles]; vitrinas de exposición de mercancías; mobiliario; de cocina; muebles de cocina; muebles para cocina; armarios de cocina; mobiliario; mobiliario de tienda.

42: Diseño de mobiliario; diseño de espacio de oficinas; diseño de espacios comerciales; diseño de decoración de; interiores; diseño de interiores comerciales; diseño de la decoración interior; diseño relacionados con la; decoración de interiores; servicios de asesoramiento en materia de diseño de interiores; servicios de diseño en; materia de decoración de interiores para casas; servicios de diseño en materia de decoración de interiores para; oficinas; diseño de interiores.

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

común, cuya fuerza distintiva es limitada, razón por la cual su protección no puede extenderse hasta impedir la coexistencia de signos compuestos que incorporen elementos adicionales claramente diferenciadores.

La oposición tampoco demuestra:

- *Coincidencia estructural total.*
- *Identidad de configuración gráfica.*
- *Intercambiabilidad de productos.*
- *Ni riesgo cierto de asociación empresarial.*

La sola presencia de un término compartido, especialmente cuando este posee carácter evocativo, no es suficiente para estructurar la prohibición prevista en la norma andina.

En consecuencia, la oposición no desvirtúa la distintividad del signo solicitado ni acredita la existencia de un riesgo de confusión directa o indirecta que justifique la negativa del registro.

(...)

Elementos diferenciadores:

- *La marca solicitada es mixta, incorpora diseño gráfico propio.*
- *Presenta tipografía distintiva.*
- *Cuenta con composición visual estructurada.*
- *Posee identidad cromática definida.*
- *Integra el término adicional “MOBILIARIO”.*

El consumidor percibe el signo solicitado como una unidad visual compleja, no como una palabra aislada.

Estos elementos no están presentes en la marca del opositor, lo cual refuerza la diferenciación visual y elimina cualquier riesgo de confusión gráfica.

El opositor basa su análisis exclusivamente en el componente denominativo, omitiendo el peso distintivo del componente gráfico, lo cual resulta metodológicamente incompleto frente a una marca mixta, contrario a la evaluación integral exigida por la normativa vigente.

Conclusión visual:

Del examen comparativo de los signos en su dimensión gráfica se concluye que no existe identidad ni semejanza visual sustancial entre la marca solicitada NIDO MOBILIARIO (mixta) y el signo invocado por el opositor, toda vez que el primero incorpora una composición gráfica propia, tipografía distintiva, estructura visual diferenciada e integración del elemento denominativo completo, mientras que el segundo se limita al uso simple del vocablo “NIDO”. La impresión de conjunto que proyecta la marca solicitada es claramente diferenciada y autónoma desde el punto de vista perceptivo, lo que excluye razonablemente cualquier riesgo de confusión visual en el consumidor medio, conforme a los criterios de apreciación integral exigidos por la normativa andina y la práctica administrativa de la Superintendencia de Industria y Comercio.

(...)

La diferencia en extensión silábica, ritmo y cadencia es evidente.

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

La marca solicitada presenta una estructura fonética ampliada que modifica sustancialmente la percepción auditiva del signo.

La incorporación del término “MOBILIARIO” altera la sonoridad global, evitando identidad o alta semejanza auditiva.

Conclusión fonética:

Del análisis comparativo desde la perspectiva auditiva se concluye que no existe semejanza fonética relevante entre el signo solicitado NIDO MOBILIARIO (mixta) y la marca invocada por el opositor, en la medida en que la diferencia en extensión silábica, ritmo, acentuación y estructura sonora genera una percepción claramente diferenciada en el consumidor medio. La incorporación del término adicional “MOBILIARIO” altera sustancialmente la cadencia y configuración fonética del conjunto marcario, impidiendo que ambos signos produzcan una impresión auditiva equivalente o susceptible de generar confusión directa o asociación empresarial, conforme a los criterios de apreciación integral aplicados por la Superintendencia de Industria y Comercio.

(...)

Sin embargo, el signo solicitado NIDO MOBILIARIO introduce un concepto empresarial claro y delimitado: diseño y fabricación de mobiliario.

La adición del término “MOBILIARIO” no es accesoria ni irrelevante; delimita el campo de actividad y crea una identidad conceptual específica.

Además, “NIDO” es un vocablo del lenguaje común, con carácter evocativo, lo cual reduce su fuerza distintiva aislada.

En materia marcaria, los signos débiles admiten coexistencia cuando existen elementos adicionales diferenciadores suficientes, como ocurre en el presente caso.

Conclusión conceptual:

Desde la perspectiva conceptual, se concluye que el signo solicitado NIDO MOBILIARIO (mixta) proyecta una idea empresarial específica, vinculada al diseño y fabricación de mobiliario, que se diferencia claramente del alcance conceptual del vocablo aislado “NIDO”, el cual constituye un término de uso común con carácter evocativo. La incorporación del elemento “MOBILIARIO” no solo delimita el campo de actividad económica, sino que construye una identidad semántica propia y autónoma, impidiendo que el consumidor atribuya un origen empresarial común a ambos signos, la marca solicitada proyecta un concepto empresarial propio y diferenciado. En consecuencia, la coincidencia en un término evocativo no genera identidad conceptual ni riesgo de asociación indebida, conforme a los criterios de apreciación integral exigidos por el artículo 136 literal a) de la Decisión 486 y aplicados por la Superintendencia de Industria y Comercio.

(...)

La mera posibilidad de que ambos actores intervengan, de manera remota, en una cadena productiva relacionada con la madera no configura per se conexión competitiva suficiente para estructurar riesgo de confusión, pues la jurisprudencia administrativa ha señalado que la confundibilidad exige proximidad real y efectiva en el mercado.

El consumidor relevante de NIDO MOBILIARIO no adquiere madera en bruto ni productos forestales industriales; contrata servicios de diseño y fabricación especializada de mobiliario bajo parámetros técnicos y estéticos determinados.

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

Desde esta perspectiva, la coexistencia marcaría no genera afectación a la función distintiva de la marca del opositor ni compromete la libre competencia.

Conclusión competitiva:

Del análisis comparativo del objeto empresarial, modelo de negocio, público objetivo y dinámica de comercialización de las partes, se concluye que no existe proximidad económica real ni conexión competitiva relevante entre las actividades desarrolladas por NIDO MOBILIARIO S.A.S. y las de 7 / 10 Reforestadora Industrial y Comercial de Colombia S.A.S. RINCCO SAS, de manera que la eventual coincidencia en un término denominativo no se traduce en riesgo efectivo de confusión en el mercado. La naturaleza especializada de los servicios de diseño y fabricación personalizada de mobiliario (Clases 20 y 42), dirigida a un consumidor que realiza procesos deliberativos y técnicos de contratación, difiere sustancialmente de la actividad industrial/forestal atribuida al opositor, lo que excluye la posibilidad de sustitución, asociación empresarial o desviación de clientela. En consecuencia, desde la perspectiva económica y comercial, no se configuran los presupuestos necesarios para afirmar la existencia de confundibilidad conforme al artículo 136 literal a) de la Decisión 486.

(...)

Del examen integral efectuado desde las perspectivas visual, fonética, conceptual y competitiva se concluye que entre el signo solicitado NIDO MOBILIARIO (mixta) y la marca invocada por el opositor NIDO, no existe identidad marcaría ni semejanza sustancial capaz de generar riesgo real y jurídicamente relevante de confusión directa o indirecta, tampoco riesgo de asociación empresarial ni escenario alguno de aprovechamiento indebido de reputación ajena; por el contrario, la coincidencia parcial en el vocablo “NIDO” —término evocativo y de uso común en el lenguaje ordinario— carece de la entidad suficiente para activar la prohibición contenida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486, toda vez que dicha disposición exige la acreditación de una confundibilidad efectiva derivada de la impresión de conjunto del signo y de su contexto competitivo real, presupuestos que no se configuran en el presente caso, razón por la cual no existe fundamento jurídico que justifique la negativa del registro solicitado.

(...)

La mera posibilidad de que ambos actores intervengan, de manera remota, en una cadena productiva relacionada con la madera no configura per se conexión competitiva suficiente para estructurar riesgo de confusión, pues la jurisprudencia administrativa ha señalado que la confundibilidad exige proximidad real y efectiva en el mercado.

El consumidor relevante de NIDO MOBILIARIO no adquiere madera en bruto ni productos forestales industriales; contrata servicios de diseño y fabricación especializada de mobiliario bajo parámetros técnicos y estéticos determinados.

Desde esta perspectiva, la coexistencia marcaría no genera afectación a la función distintiva de la marca del opositor ni compromete la libre competencia.

Conclusión competitiva:

Del análisis comparativo del objeto empresarial, modelo de negocio, público objetivo y dinámica de comercialización de las partes, se concluye que no existe proximidad económica real ni conexión competitiva relevante entre las actividades desarrolladas por NIDO MOBILIARIO S.A.S. y las de Reforestadora Industrial y Comercial de Colombia S.A.S. RINCCO SAS, de manera que la eventual coincidencia en un término denominativo no se traduce en riesgo efectivo de confusión en el mercado.

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

La naturaleza especializada de los servicios de diseño y fabricación personalizada de mobiliario (Clases 20 y 42), dirigida a un consumidor que realiza procesos deliberativos y técnicos de contratación, difiere sustancialmente de la actividad industrial/forestal atribuida al opositor, lo que excluye la posibilidad de sustitución, asociación empresarial o desviación de clientela. En consecuencia, desde la perspectiva económica y comercial, no se configuran los presupuestos necesarios para afirmar la existencia de confundibilidad conforme al artículo 136 literal a) de la Decisión 486.

Conclusión Del Análisis

Comparativo Del examen integral efectuado desde las perspectivas visual, fonética, conceptual y competitiva se concluye que entre el signo solicitado NIDO MOBILIARIO (mixta) y la marca invocada por el opositor NIDO, no existe identidad marcaria ni semejanza sustancial capaz de generar riesgo real y jurídicamente relevante de confusión directa o indirecta, tampoco riesgo de asociación empresarial ni escenario alguno de aprovechamiento indebido de reputación ajena; por el contrario, la coincidencia parcial en el vocablo “NIDO” —término evocativo y de uso común en el lenguaje ordinario— carece de la entidad suficiente para activar la prohibición contenida en el artículo 136 literal a) de la Decisión 486, toda vez que dicha disposición exige la acreditación de una confundibilidad efectiva derivada de la impresión de conjunto del signo y de su contexto competitivo real, presupuestos que no se configuran en el presente caso, razón por la cual no existe fundamento jurídico que justifique la negativa del registro solicitado.”

Que para decidir acerca de la solicitud de registro marcario de la referencia, esta Oficina procederá a realizar el examen de registrabilidad teniendo en cuenta todos los argumentos que hayan sido planteados, así como las pruebas presentadas por las partes. Lo anterior, en atención a lo previsto en los artículos 146, 148 y 150 de la Decisión 486 de la Comisión de la Comunidad Andina. Adicionalmente, el estudio del presente trámite administrativo puede comprender asuntos que aparezcan con ocasión de la realización del examen de registrabilidad.

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

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,

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. (...).

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

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.

Acervo probatorio.

Al expediente fueron allegadas las siguientes pruebas por parte de la sociedad solicitante **Nido Mobiliario S.A.S.:**

- Certificado de Existencia y Representación Legal.
- Soporte de registro en Fondo Emprender (2023)
- Evidencia de uso real y continuo del signo NIDO MOBILIARIO
- Certificación de acompañamiento PI-e
- Resultado de búsqueda marcaria previa.
- Evidencia de actividad económica real (Clases 20 y 42).

a) **Pruebas rechazadas:**

El material probatorio aportado por parte de la sociedad solicitante pretende demostrar el uso de la marca solicitada en el mercado. Por lo anterior, esta Dirección reconoce que, si bien el material probatorio aportado demuestra comportamientos de mercado, la Decisión 486, respecto al análisis de la causal relativa por confundibilidad en el Art. 136 literal a)

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:

- 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.
- 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.
- 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° SD2025/0071330

relaciona:

Artículo 136.- 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;

Por lo anterior, el uso de la marca en el mercado y su correspondiente divulgación en el mismo no es propósito del análisis del registro de marca, dado que, el uso de una marca en el mercado se prueba mediante la acción de cancelación ejercida por un tercero. (Art. 165, Decisión 486 de la Comunidad Andina).

Ahora bien, respecto de los argumentos de la sociedad solicitante, es necesario aclarar que el estudio comparativo que debe realizar esta oficina solo puede incluir la información brindada dentro de la solicitud y en el registro base de la negación, al ser esta la manifestación jurídicamente vinculante en lo que concierne al alcance de las reivindicaciones de la primera y de los derechos concedidos por el segundo, pues son estos datos los que fueron consignados dentro del registro de marcas.

Así, el estudio comparativo que ahora nos ocupa debe seguir los parámetros establecidos en la solicitud de registro del signo solicitado, y en el registro de la marca previamente registrada, sin que éste se vea afectado por usos eventuales de los signos que sus titulares puedan darles en el mercado, pues de lo contrario se estaría desconociendo el efecto constituyente de derechos del registro marcario (artículo 154 de la Decisión 486).

Por lo tanto, las observaciones y evidencias que la sociedad solicitante trajo a colación acerca del supuesto uso dado al signo pretendido en el mercado (y las actividades de sus titulares soportadas en las imágenes aportadas en el escrito de oposición), no están llamadas a afectar las apreciaciones comparativas realizadas por esta Dirección en el presente asunto, por considerarse impertinentes e inconducentes.

Por lo anterior, es objeto de la presente decisión, realizar el estudio jurídico de la marca en análisis conforme a los registros y previas solicitudes relacionadas en el registro nacional de la propiedad industrial; tal como se establece en el acápite siguiente:

Estudio de registrabilidad del signo solicitado para identificar productos y servicios de las Clases 20 y 42 Internacional.

Consideraciones previas sobre la fecha de presentación.

Sobre la fecha de presentación de una solicitud de registro de marca, la Decisión 486 en su artículo 140, estableció lo siguientes:

“Artículo 140.- Se considerará como fecha de presentación de la solicitud, la de su recepción por la oficina nacional competente, siempre que al momento de la recepción hubiera contenido por lo menos lo siguiente:

- a) *la indicación que se solicita el registro de una marca;*
b) *los datos de identificación del solicitante o de la persona que presenta la solicitud, o que permitan a la oficina nacional competente comunicarse con esa persona;*

Resolución N° 21719

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

- c) la marca cuyo registro se solicita, o una reproducción de la marca tratándose de marcas denominativas con grafía, forma o color especiales, o de marcas figurativas, mixtas o tridimensionales con o sin color;
- d) la indicación expresa de los productos o servicios para los cuales desea proteger la marca; y,
- e) el comprobante de pago de las tasas establecidas.

La ausencia de alguno de los requisitos enumerados en el presente artículo, ocasionará que la solicitud sea considerada por la oficina nacional competente como no admitida a trámite y no se le asignará fecha de presentación.

A su vez, la Circular Única de la Superintendencia de Industria y Comercio en su Título X sobre Propiedad Industrial establece:

“1.2.1.5. Asignación de fecha de presentación de solicitudes

Si al momento de la presentación de las solicitudes de patente de invención, de modelo de utilidad y las solicitudes de registro de signos distintivos, diseños industriales y esquemas de trazado de circuitos integrados, las mismas no contienen todos los requisitos a que se refieren los artículos 33, 92, 119, y 140 de la Decisión 486, la Superintendencia procederá a requerir al solicitante según lo establecido en el artículo 17 del Código de Procedimiento Administrativo y de lo Contencioso Administrativo –Ley 1437 de 2011-, o la norma que lo modifique, adicione, sustituya o reglamente. Si el solicitante completa la documentación dentro del término establecido en la referida norma, la fecha de presentación de la solicitud será aquella en que se reciba la totalidad de la información requerida, momento a partir del cual se continuará con el trámite de la solicitud. Si a la finalización del término descrito el solicitante no cumple con el requerimiento, se considerará como no presentada la solicitud y así le será comunicado al solicitante mediante el procedimiento de notificación establecido en el numeral 6.2 del Capítulo Sexto del Título I de esta Circular.”

En virtud de las disposiciones citadas, nótese como el pago de la tasa oficial corresponde un requisito esencial para que esta Dirección proceda a establecer la fecha de presentación de la solicitud de registro de marca.

En consecuencia de lo anterior, esta Dirección puede apreciar que el pago de la tasa oficial correspondiente fue realizado el 15 de septiembre de 2025, bajo factura No. 1137031 del Banco de Bogotá.

Por lo anterior, esta Dirección procederá a estudiar la causal de irregistrabilidad alegada por parte de la sociedad opositora, en la medida que su solicitud tiene prelación en el tiempo, pues tiene fecha de presentación del 5 de septiembre de 2025.

Confundibilidad con marca previamente solicitada

La marca opositora es la siguiente:

Tipo	Signo	Titular	Expediente	Niza	Clase	Trámite	Fecha de solicitud	Estado
Nominativa	NIDO	Reforestadora Industrial y Comercial de Colombia S.A.S. Sigla Rincco S.A.S.	SD2025/0090381	12	20, 37, 42	Marca	05/09/2025	Negada mediante la Resolución No. 15828 del 5 de marzo de 2026

Si bien el signo opositor no cuenta con una decisión plenamente ejecutoriada, es válido



Ref. Expediente N° SD2025/0071330

para oponerse en contra del signo objeto de estudio como quiera que fue solicitada en un tiempo anterior. Así la Decisión 486 de 200 establece que para que sea procedente el estudio de registrabilidad del artículo 136 literal a) de la Decisión 486 de 2000 el signo solicitado, “este debe se idéntico o que se asemeje, 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”.

Los signos a comparar son los siguientes:

Signo solicitado	Signo opositor
 nido mobiliario	NIDO (Nominativa)

Reglas jurisprudencia y doctrinal aplicable a la comparación de marcas

Comparación entre signos nominativos y mixtos

En el presente asunto debemos comparar signos denominativos y mixtos, para lo cual debemos tener en cuenta los siguientes criterios, expuestos por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina:⁴

- Se deberá establecer cuál es el elemento predominante en el signo mixto.
- Si el elemento gráfico es el preponderante, en principio no habría riesgo de confusión, salvo que los signos en conflicto puedan suscitar una misma idea o concepto.
- Si el elemento denominativo en el signo mixto es preponderante, el cotejo deberá realizarse de conformidad con las reglas para el cotejo de signos denominativos.

La regla general nos indica que el elemento dominante de una marca mixta es el denominativo, lo anterior, en tanto la práctica comercial demuestra que un consumidor demanda un producto o servicio empleando su denominación y no guiándose por la presencia de elementos decorativos; sin embargo, esta pauta deja de aplicarse cuando existen razones para dar una mayor relevancia al componente gráfico.

El tratadista Carlos Fernández-Nóvoa en su obra Tratado de Derecho de Marcas, ha expuesto algunas hipótesis que permiten desplazar el componente gráfico a un primer plano:

“La pauta del predominio del elemento denominativo de una marca mixta deja de aplicarse cuando concurren ciertos factores que imprimen carácter dominante al componente figurativo de la correspondiente marca mixta. Entre los factores que desplazan a un primer plano el componente figurativo de una marca mixta deben diferenciarse dos grupos. A saber: un primer grupo que comprende factores que inciden negativamente en el componente denominativo de una marca mixta; y un segundo grupo que engloba factores que repercuten positivamente sobre el componente figurativo, realzando su presencia en el conjunto de la correspondiente marca mixta.

⁴ TJCA, Proceso N° 224-IP-2015



Ref. Expediente N° SD2025/0071330

- i) *Los factores que afectan negativamente el componente denominativo de la marca gráfica son aquellos que merman el carácter distintivo de este componente. Entre los mismos cabe citar, en primer término, la naturaleza descriptiva del componente denominativo y la circunstancia de que el mismo forma parte de un elevado número de marcas pertenecientes a terceros (...).*

Sobre el elemento denominativo integrado en una marca mixta puede influir negativamente, en segundo término, la circunstancia de que en el conjunto de la marca el componente denominativo ocupa un puesto secundario.

- ii) *Entre los factores que inciden positivamente sobre el componente figurativo de una marca mixta, sobresalen la notoriedad adquirida por el mismo y la originalidad intrínseca del correspondiente componente figurativo (...)"⁵*

En consecuencia, al caso en estudio deberán aplicarse las siguientes reglas⁶ para el cotejo entre los mismos:

Prevalencia del elemento nominativo

Una vez determinado en el presente análisis que en la marca previamente registrada predomina el elemento nominativo, deberán tenerse en cuenta las siguientes reglas:

- "a) Se debe analizar cada signo en su conjunto; es decir sin descomponer su unidad fonética. Sin embargo, es importante tener en cuenta las letras, las sílabas o las palabras que poseen una función diferenciadora en el conjunto, debido a que esto ayudaría a entender cómo el signo es percibido en el mercado.*
- b) Se debe establecer si los signos en conflicto comparten el mismo lexema (...)*
- c) Se debe tener en cuenta la sílaba tónica de los signos a comparar, ya que, si ocupa la misma posición, es idéntica o muy difícil de distinguir, la semejanza entre los signos podría ser evidente.*
- d) Se debe observar el orden de las vocales, toda vez que esto indica la sonoridad de la denominación.*
- e) Se debe determinar el elemento que impacta de una manera más fuerte en la mente del consumidor, pues esto mostraría cómo es captada la marca en el mercado.*
- f) Se debe determinar si existe un elemento común preponderante o relevante en ambos signos."*⁷

Análisis comparativo

Dando lugar al análisis de registrabilidad del signo solicitado, es preciso indicar que se trata de un signo de naturaleza mixta, compuesto por la expresión "**NIDO MOBILIARIO**" en caracteres especiales. Por otra parte, la marca opositora es de naturaleza nominativa, compuesta principalmente por la expresión "**NIDO**".

Teniendo en cuenta la naturaleza de los signos en cotejo y dejando de presente que es el elemento denominativo el preponderante en estos, por cuanto son las expresiones las que usaría el consumidor para demandar los productos y servicios identificados con las marcas, esta Dirección encuentra que los signos bajo estudio apreciados en conjunto de manera sucesiva y no simultánea presentan similitudes susceptibles de generar confusión o de inducir a error al público consumidor (**NIDO** MOBILIARIO / **NIDO**).

⁵ FERNÁNDEZ-NÓVOA, Carlos, Tratado sobre Derecho de Marcas, Marcial Pons, Primera Edición, 2001, pág. 256

⁶ "Estas reglas han sido adoptadas por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina en múltiples providencias, entre las cuales se destacan: Interpretación Prejudicial del 15 de Agosto de 2007 en el proceso 84-IP-2007 y la Interpretación Prejudicial del 29 de mayo de 2014 en el proceso.

⁷ TJCA, Proceso N° 127-IP-2016

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

En efecto, se observa que son gramaticalmente similares por cuanto el signo solicitado en primera instancia reproduce totalmente la marca opositora, sin que la adición del término MOBILIARIO y los elementos gráficos logren opacar la reproducción integral de la marca previa, máxime si encontramos que entre ambos términos contienen la misma carga conceptual⁸.

En consecuencia, es posible ver que el elemento nominativo sobresaliente en el signo solicitado hace parte de la marca opositora, elemento relevante en la configuración del signo y que resalta respecto de los demás, configurándose así una reproducción total, no siendo los demás elementos que hacen parte del signo solicitado suficientes para que el consumidor pueda diferenciar los signos en el mercado.

Así las cosas, resulta necesario entrar a verificar la cobertura de los signos confrontados, en aras de establecer si se cumple con el segundo de los requisitos exigidos por la causal de Irregistrabilidad en estudio.

Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

20: Armarios; armarios empotrados en cuanto muebles; armarios para cuartos de baño; armarios para; dormitorios; armarios roperos; escritorios [muebles]; escritorios de oficina; estanterías modulares [muebles]; muebles a medida; muebles de oficina; vitrinas [muebles]; vitrinas de exposición de mercancías; mobiliario; de cocina; muebles de cocina; muebles para cocina; armarios de cocina; mobiliario; mobiliario de tienda.

42: Diseño de mobiliario; diseño de espacio de oficinas; diseño de espacios comerciales; diseño de decoración de; interiores; diseño de interiores comerciales; diseño de la decoración interior; diseño relacionados con la; decoración de interiores; servicios de asesoramiento en materia de diseño de interiores; servicios de diseño en; materia de decoración de interiores para casas; servicios de diseño en materia de decoración de interiores para; oficinas; diseño de interiores.

El signo previamente solicitado identifica:

Expedientes

Productos y servicios

SD2025/0090381	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
----------------	---

⁸ <https://dle.rae.es/nido>

Especie de lecho que forman las aves con hierbas, pajas, plumas u otros materiales blandos, para poner sus huevos y criar los pollos. Unas utilizan con tal fin los agujeros de las peñas, ribazos, troncos o edificios; otras lo construyen de ramas, o de barro, o de sustancias gelatinosas, dándole forma cóncava, y lo suspenden de los árboles o lo asientan en ellos, en las rocas o en las paredes, y algunas prefieren el suelo sin otro abrigo que la hierba y la tierra.

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

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.

Con base en los criterios de conexidad competitiva, especialmente los dispuestos por la IP-100 de 2018 por el Tribunal de Justicia de la Comunidad Andina, esta Dirección observa que en el presente caso se dan los siguientes presupuestos definitivos para concluir que hay relación o conexidad entre los productos y servicios que identifican los signos objeto de comparación, como se procede a explicar.

Conexión competitiva con oposición entre productos de la Clase 20 Internacional.

Es importante indicar que los signos distintivos no identifican clases, sino productos o servicios y que, en una misma clase se pueden encontrar productos 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 productos en relación género – especie, ubicados en la misma Clase 20 del nomenclador internacional.

En efecto, como se observa, los productos tales como **“Muebles de madera para hogar, oficina y comercio (sillas, mesas, camas, armarios, estanterías, muebles modulares)** que distingue el signo previamente solicitado abarcan productos tales como **“Armarios; armarios empotrados en cuanto muebles; armarios para cuartos de baño; armarios para; dormitorios; armarios roperos; escritorios [muebles]; escritorios de oficina; estanterías modulares [muebles]; muebles a medida; muebles de oficina; vitrinas [muebles]; vitrinas de exposición de mercancías; mobiliario; de cocina; muebles de cocina; muebles para cocina; armarios de cocina; mobiliario; mobiliario de tienda”** que identifica la marca solicitada.

Por lo anterior, dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conexión competitiva con oposición entre servicios de la Clase 42 Internacional.

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 servicios en relación género – especie, ubicados en la misma Clase 42 del nomenclador internacional.

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

En efecto, como se observa, los servicios tales como “***Diseño de mobiliario en madera (muebles a medida, mobiliario modular y de interiores); servicios de diseño de interiores y decoración de espacios con predominio de madera*** que distingue el signo previamente solicitado abarcan servicios tales como “***Diseño de mobiliario; diseño de espacio de oficinas; diseño de espacios comerciales; diseño de decoración de interiores; diseño de interiores comerciales; diseño de la decoración interior; diseño relacionados con la; decoración de interiores; servicios de asesoramiento en materia de diseño de interiores; servicios de diseño en; materia de decoración de interiores para casas; servicios de diseño en materia de decoración de interiores para; oficinas; diseño de interiores***” que identifica la marca solicitada.

Por lo anterior, dada la cobertura de los signos enfrentados, esta Dirección encuentra que es posible que los mismos sean ofrecidos por el mismo empresario determinando la posibilidad real de que los consumidores se vean inducidos en falsas asociaciones derivadas de las prácticas habituales en el mercado, máxime cuando se trata de configuraciones semejantes.

Conclusión

En consecuencia, el signo objeto de la solicitud con oposición para las Clases 20 y 42 Internacional 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 1: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Reforestadora Industrial y Comercial de Colombia S.A.S. Sigla Rincco S.A.S.**, contra la solicitud de registro en la Clase 20 Internacional.

ARTÍCULO 2: Declarar fundada la oposición interpuesta por parte de la sociedad **Reforestadora Industrial y Comercial de Colombia S.A.S. Sigla Rincco S.A.S.**, contra la solicitud de registro en la Clase 42 Internacional.

ARTÍCULO 3: Negar el registro de la Marca **nido mobiliario (Mixta)** para distinguir productos comprendidos en la Clase 20 de la Clasificación Internacional de Niza⁹, solicitada por parte de la sociedad **Nido Mobiliario S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 4: Negar el registro de la Marca **nido mobiliario (Mixta)** para distinguir servicios comprendidos en la Clase 42 de la Clasificación Internacional de Niza¹⁰, solicitada por parte de la sociedad **Nido Mobiliario S.A.S.**, por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

ARTÍCULO 5: Notificar a la sociedad **Nido Mobiliario S.A.S.**, solicitante del registro y a la sociedad **Reforestadora Industrial y Comercial de Colombia S.A.S. Sigla Rincco**

⁹ 20: Armarios; armarios empotrados en cuanto muebles; armarios para cuartos de baño; armarios para; dormitorios; armarios roperos; escritorios [muebles]; escritorios de oficina; estanterías modulares [muebles]; muebles a medida; muebles de oficina; vitrinas [muebles]; vitrinas de exposición de mercancías; mobiliario; de cocina; muebles de cocina; muebles para cocina; armarios de cocina; mobiliario; mobiliario de tienda.

¹⁰ 42: Diseño de mobiliario; diseño de espacio de oficinas; diseño de espacios comerciales; diseño de decoración de; interiores; diseño de interiores comerciales; diseño de la decoración interior; diseño relacionados con la; decoración de interiores; servicios de asesoramiento en materia de diseño de interiores; servicios de diseño en; materia de decoración de interiores para casas; servicios de diseño en materia de decoración de interiores para; oficinas; diseño de interiores.

Resolución N° 21719

Ref. Expediente N° SD2025/0071330

S.A.S., opositora, el contenido de la presente resolución, entregándoles copia de la misma, advirtiéndoles que contra dicha resolución procede el recurso de apelación ante la Superintendente Delegada para la Propiedad Industrial, interpuesto dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a la fecha de notificación.

ARTÍCULO 6: En firme esta resolución archívese el expediente.

Notifíquese y Cúmplase.

Dado en Bogotá D.C., el 26 de marzo de 2026



DANIEL MOR GARCIA
DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS