

REPÚBLICA DE COLOMBIA  
SUPERINTENDENCIA DE INDUSTRIA Y COMERCIO

Resolución N° 23153

Ref. Expediente N° SD2025/0067406

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 9 de julio de 2025, GRUPO EMPRESARIAL VERDUGO ROZO S.A.S., solicitó el registro de la Marca **VR LIVING** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>1</sup>.

**SEGUNDO:** Que publicado en la Gaceta de Propiedad Industrial No. 1076, 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

<sup>1</sup> 36: Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con inmuebles comerciales; adquisición de bienes inmuebles para terceros; gestión de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; servicios de agencias inmobiliarias dedicadas al arrendamiento de bienes inmuebles. Arrendamiento de apartamentos; Agencia de arrendamiento de apartamentos; alquiler de alojamientos residenciales; alquiler de alojamientos para estudiantes; alquiler de alojamiento temporal para oficinas; alquiler de oficinas para co-working.

Ref. Expediente N° SD2025/0067406

el signo solicitado sea idéntico a uno previamente solicitado o registrado por un tercero<sup>2</sup>, 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 registrada<sup>3</sup>.

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 | HVR<br>PROMOTORA<br>INMOBILIARIA | HVR S.A.S.                                    | SD2017/0084056 | 11   | 35, 36,<br>37, 42 | Marca   | Registrada | 02 junio<br>2028 |
| Mixta | BR<br>PETROBRAS                  | PETROLEO<br>BRASILEIRO<br>S.A. -<br>PETROBRAS | 04112635       | 8    | 37                | Marca   | Registrada | 23 junio<br>2035 |
| Mixta | BR                               | PETROLEO<br>BRASILEIRO<br>S.A. -<br>PETROBRAS | 04112643       | 8    | 37                | Marca   | Registrada | 23 junio<br>2035 |

Los signos a comparar son los siguientes:

<sup>2</sup> •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. (...)".

<sup>3</sup> 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° SD2025/0067406

| El signo solicitado                                                               | Las marcas registradas                                                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------|
|  |  |

Jurisprudencia

En el Proceso 0100-IP-2012, el Tribunal Andino de Justicia de la Comunidad Andina ha preceptuado que:

*“Las marcas mixtas se componen de un elemento denominativo (una o varias palabras) y un elemento gráfico (una o varias imágenes). La combinación de estos elementos, al ser apreciados en su conjunto, produce en el consumidor una idea sobre la marca que le permite diferenciarla de las demás existentes en el mercado. En el análisis de una marca mixta hay que esforzarse por encontrar la dimensión más característica de la misma: la dimensión que con mayor fuerza y profundidad penetra en la mente del consumidor; y que, por lo mismo, determina la impresión general que la marca mixta va a suscitar en los consumidores”*

Análisis comparativo

Esta Dirección, al realizar el análisis comparativo entre el signo solicitado **VR LIVING** y las marcas antecedentes **BR y BR PETROBRAS**, advierte una similitud ortográfica y fonética centrada en el elemento “VR/BR”, el cual constituye el componente principal y de mayor recordación en las denominaciones. En este sentido, se trata de signos compuestos por dos letras, con una estructura idéntica y una configuración visual muy cercana, lo que genera una apariencia similar en su conjunto. Desde el punto de vista fonético, ambos elementos presentan una pronunciación breve y de ritmo equivalente, manteniendo una sonoridad cercana. Los elementos adicionales presentes en los signos no resultan suficientes para desplazar el protagonismo de dichas siglas, que se mantienen como el eje principal de comparación.

Por su parte, esta Dirección, al realizar el análisis comparativo entre el signo **solicitado VR LIVING** y la marca antecedente **HVR PROMOTORA INMOBILIARIA**, identifica una similitud ortográfica y fonética derivada de la presencia del elemento “VR” dentro de



Ref. Expediente N° SD2025/0067406

ambas denominaciones, el cual constituye el componente predominante. En efecto, el signo antecedente incorpora íntegramente la secuencia “VR” dentro de su estructura, manteniendo una configuración visual y sonora coincidente en esa parte del signo. En este sentido, los términos adicionales no alteran la percepción del elemento común, que se mantiene como el eje principal dentro de la comparación.

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 servicios<sup>4</sup>.

### Conexión competitiva

El signo solicitado pretende distinguir:

**Clase 36:** Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con inmuebles comerciales; adquisición de bienes inmuebles para terceros; gestión de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; servicios de agencias inmobiliarias dedicadas al arrendamiento de bienes inmuebles. Arrendamiento de apartamentos; Agencia de arrendamiento de apartamentos; alquiler de alojamientos residenciales; alquiler de alojamientos para estudiantes; alquiler de alojamiento temporal para oficinas; alquiler de oficinas para co-working.

Los signos previamente registrados identifican:

**Expediente SD2017/0084056, clase 36:** Servicios propios de una agencia inmobiliaria, entre los que se mencionan: administrar, arrendar, vender y comprar bienes inmuebles, actuar como corredores, evaluadores y comisionistas de negocios relacionados con bienes inmuebles, también consultoría inmobiliaria, financiación inmobiliaria; inversiones inmobiliarias, negocios inmobiliarios, servicios inmobiliarios relacionados con la administración de inversiones inmobiliarias, administración de inversiones inmobiliarias, administración fiduciaria de propiedades inmobiliarias, consultoría en materia de seguros inmobiliarios, financiación de promoción inmobiliaria, financiación de proyectos inmobiliarios, gestión de carteras inmobiliarias, gestión inmobiliaria de propiedades comerciales, gestión inmobiliaria de propiedades en alquiler, inversión de capital en el sector inmobiliario, inversión financiera en el ámbito inmobiliario, servicios de agencias

<sup>4</sup> 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° SD2025/0067406

inmobiliarias, servicios de consorcios inmobiliarios, servicios de financiación inmobiliaria, servicios de préstamos inmobiliarios, servicios de seguros inmobiliarios, servicios de sociedades de inversión inmobiliaria, suministro de información inmobiliaria, servicios de agencias inmobiliarias de propiedades residenciales, servicios de asesoramiento en materia de inversiones inmobiliarias, servicios de asesoramiento sobre sociedades de inversión inmobiliaria, servicios de bolsas compartidas de bienes inmobiliarios, servicios de gestión de fondos de inversiones inmobiliarias, servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con complejos inmobiliarios, suministro de información y listas de anuncios inmobiliarios por Internet, tasaciones inmobiliarias y suministro de información al respecto, servicios de agencias inmobiliarias relacionados con la compra y venta de edificios,; ventas en pública subasta de propiedades inmobiliarias.

**Expediente 04112635, clase 37:** Construcción; reparación; servicios de instalación.

**Expediente 04112643, clase 37:** Construcción; reparación; servicios de instalación.

**Conexidad competitiva entre servicios de la clase 36 de los signos cotejados (Criterios de sustituibilidad y razonabilidad)**

Esta Dirección, al realizar el análisis de conexidad competitiva, encuentra que los servicios que pretende amparar el signo solicitado en la **clase 36**, tales como administración de bienes inmuebles, arrendamiento de propiedades residenciales y comerciales, servicios de agencias inmobiliarias y gestión de inmuebles, coinciden ampliamente con los servicios protegidos por la marca antecedente, que comprende servicios propios de agencias inmobiliarias, incluyendo administración, arrendamiento, compra, venta, corretaje, consultoría, financiación e inversión inmobiliaria. Desde la perspectiva de la sustituibilidad, se advierte que servicios como la administración de bienes inmuebles, el arrendamiento de propiedades, la intermediación inmobiliaria y la gestión de inmuebles pueden cumplir la misma función dentro del mercado, siendo ofrecidos de manera intercambiable por distintas agencias o prestadores de servicios inmobiliarios.

A su vez, en relación con aquellos servicios descritos de forma más específica en el signo solicitado, como el alquiler de alojamientos para estudiantes, oficinas de co-working o alojamientos temporales, se mantienen dentro del mismo ámbito inmobiliario. Desde la razonabilidad, todos estos servicios forman parte de la explotación, administración y aprovechamiento de bienes inmuebles, compartiendo finalidad, canales de prestación y público objetivo.

En ese contexto, al considerar tanto la sustituibilidad entre los servicios principales como la coherencia del conjunto dentro del sector inmobiliario, esta Dirección estima que el consumidor podría razonablemente entender que estos servicios pueden provenir de un mismo origen empresarial, lo que incrementa el riesgo de asociación en el mercado.

**Conexidad competitiva entre servicios de la clase 36 del signo solicitado y servicios de la clase 37 de las marcas antecedentes (Criterio de razonabilidad)**

Esta Dirección, al realizar el análisis de conexidad competitiva, encuentra que los servicios que pretende amparar el signo solicitado en la **clase 36**, consistentes en administración, gestión, arrendamiento y adquisición de bienes inmuebles, guardan una relación con los servicios protegidos por las marcas antecedentes en la **clase 37**, tales como construcción, reparación e instalación.

En este caso, se advierte una cercanía relevante desde la perspectiva de la razonabilidad. Ambos conjuntos de servicios se enmarcan dentro del mismo sector inmobiliario y de



Ref. Expediente N° SD2025/0067406

infraestructura, y suelen concurrir en distintas etapas del ciclo de vida de un inmueble, desde su construcción hasta su posterior administración y uso, no es raro que una empresa dedicada a la construcción también ofrezca servicios de venta, gestión y administración de dichos inmuebles.

Bajo esta línea, teniendo en cuenta su complementariedad funcional, la coincidencia en el entorno económico en el que se desarrollan y el público al que se dirigen, esta Dirección estima que el consumidor podría razonablemente entender que estos servicios pueden provenir de un mismo origen empresarial o de empresas vinculadas, lo que incrementa el riesgo de asociación en el mercado.

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 **VR LIVING** (Mixta) para distinguir servicios comprendidos en la clase 36 de la Clasificación Internacional de Niza<sup>5</sup>, solicitada por GRUPO EMPRESARIAL VERDUGO ROZO S.A.S., por las razones expuestas en la parte motiva de la presente resolución.

**ARTÍCULO SEGUNDO:** Notificar de esta resolución a GRUPO EMPRESARIAL VERDUGO ROZO S.A.S., solicitante del registro marcario, entregándole copia de la misma y advirtiéndole que contra ella procede el recurso de apelación ante el Superintendente Delegado para la Propiedad Industrial, el cual deberá interponerse dentro de los diez (10) días hábiles siguientes a su notificación.

**ARTÍCULO TERCERO:** En firme esta resolución archívese el expediente.

**Notifíquese y Cúmplase.**

Dado en Bogotá D.C., el 30 de marzo de 2026

<sup>5</sup> **36:** Servicios de administración de bienes inmuebles relacionados con inmuebles comerciales; adquisición de bienes inmuebles para terceros; gestión de bienes inmuebles; servicios de administración de bienes inmuebles; alquiler de bienes inmuebles destinados para uso residencial; servicios de agencias inmobiliarias dedicadas al arrendamiento de bienes inmuebles. Arrendamiento de apartamentos; Agencia de arrendamiento de apartamentos; alquiler de alojamientos residenciales; alquiler de alojamientos para estudiantes; alquiler de alojamiento temporal para oficinas; alquiler de oficinas para co-working.

Ref. Expediente N° SD2025/0067406



**DANIEL MOR GARCIA**  
**DIRECTOR DE SIGNOS DISTINTIVOS**